i Grandi Vini
ETICHETTE,
l'opinione
di Federdoc
ENGLISH VERSION INCLUDED
ENOTURISMO
& EXPORT
Si può fare di più.
Vediamo come
con Carlo Pietrasanta

Campania

AZIENDA AGRICOLA SAN SALVATORE
PAG. 23

Sardegna

AGRICOLA PUNICA SPA
PAG. 11

Emilia Romagna

FATTORIA PARADISO
PAG. 25

Friuli Venezia Giulia

AZIENDA AGRICOLA RONCHI DI MANZANO SNC
PAG. 27

Veneto
AZIENDA AGRICOLA ZÝMĒ
PAG. 37

Trentino
AZIENDA AGRICOLA BELLAVEDER
PAG. 34-35

Anno XIII • Numero 96 • Maggio Giugno 2017
www.igrandivini.com
In copertina Carlo Pietrasanta foto di Massimiliano Ruvolo

Editore
Cluster Editori
Registrazione Tribunale di Grosseto
n° 9 del 02/11/2005

Direzione e Redazione
Strada Massetana Romana 58/b - 53100 Siena (Italia)
Tel. 057745561 Fax 0577270774 - info@igrandivini.com

Direttore Responsabile
Giovanni Pellicci

Direttore Editoriale
Fabrizio Barbagli

Traduzioni a cura di
Mariavera Speciale

Hanno collaborato a questo numero
Stefania Abbattista, Barbara Amoroso, Elisa Berti, Lorenzo Bianciardi, Pamela Bralia, Alberto Brilli, Claudia Cataldo, Marina Ciancaglini, Pier Lorenzo Cicerchia, Chiara Martinelli, Giulia Montemaggi, Tommaso Nutarelli, Enea Silvio Tafuro

Art Director
Linda Frosini

Stampa
Petruzzi – Via Venturelli, 7
Città di Castello (PG)

MISTO
Carta da fonti gestite in maniera responsabile
FSC® C017635

Concessionaria Pubblicità
Cluster Editori
Strada Massetana Romana 58/b
53100 Siena (Italia)
Tel. 0577 45561 – Fax 0577 270774
info@clustereditori.it

Account
Stefania Abbattista - stefania@igrandivini.com
Elisa Berti - elisaberti@clustereditori.it
Laura Dami - l.dami@igrandivini.com
Francesca Droghini – f.droghini@igrandivini.com
Chiara Martinelli - c.martinelli@igrandivini.com
Giulia Montemaggi - g.montemaggi@clustereditori.it
Stefania Russo - s.russo@clustereditori.it
Giulia Spolidoro - g.spolidoro@clustereditori.it

Associato a: Aderente al Sistema Confindustriale

Il disco è rotto e suona *"Un'estate fa"...*

Avete presente la canzone "*Un'estate fa*", pezzo interpretato prima da Mina (era il 1990) e poi da Franco Califano? Mi è subito venuta in mente ragionando sui contenuti di questo editoriale.
La cito, volutamente, in chiave ironica perché è netta la sensazione di quanto poco sia cambiato rispetto ad un anno fa in merito ad alcuni fondamentali temi che riguardano il mondo del vino. Sia chiaro, questa non vuole essere una carrellata di cose negative ma, anzi, una serie di considerazioni sulle **enormi potenzialità** che abbiamo ma che non sfruttiamo sufficientemente bene per trarne il ritorno auspicato.
Prima di tutto l'**export**, chiave di volta di ogni ragionamento. La storia è nota: registriamo numeri che vengono definiti - giustamente - da record ma è evidente che potremmo **fare ancora meglio**. Sul come ne abbiamo parlato, come potrete leggere nelle prossime pagine, assieme a **Silvana Ballotta**, Ceo di Business Strategy, realtà che lavora da anni al supporto delle esportazioni del ***made in Italy***. Dalla piacevole conversazione e scambio di considerazioni è emerso, ancora una volta, che al nostro Paese manca soprattutto la **programmazione** nel medio periodo. Abbiamo, in sostanza, il vizio di **navigare a vista**, inseguendo l'onda del momento ma con scarsa lungimiranza e capacità di guardare un po' oltre. Un piano triennale? Macché.
Sia chiaro, le nostre esportazioni stanno andando bene anche in questo primo scorcio di 2017 (i dati relativi al primo trimestre segnano un +10% sullo stesso periodo del 2016) ma, a partire dall'enorme pasticcio Ocm, sembriamo l'emblema del "vorrei ma non posso". Ovvero vorrei, e potrei in questo caso, fare di più ma la buropatia ci frena, ci rallenta, anzi ci blocca.
Mentre scriviamo è in fase di definizione il contenuto del nuovo ddl che dovrà evitare in futuro il ripetersi dell'assurda ***empasse*** che ha bloccato i **fondi Ocm Vino**. Quelli per il biennio 2017-18, già di fatto iniziato, andranno gestiti nel modo più efficiente possibile. Il Mipaaf avrà capito la lezione? Serviva davvero ricorrere al Tar?
Se qualcosa è davvero cambiato lo capiremo più avanti, nel frattempo speriamo che certi errori – che non ci possiamo proprio permettere – siano definitivamente evitati in futuro, attraverso una regia che deve necessariamente avere come indirizzo quello di via XX Settembre.
Tra l'altro, e qui un inciso è doveroso, ci sarebbe piaciuto molto poter approfondire tutti questi argomenti assieme a **Michele Scannavini**, presidente dell'Ice. Purtroppo, nonostante le nostre anticipate richieste, non è stato possibile conoscere il suo punto di vista sui delicati temi dell'export e della promozione del ***brand*** Italia all'estero.
Veniamo all'**enoturismo**, tema che sarà ulteriormente approfondito nelle prossime pagine grazie all'***Inchiesta*** firmata da Claudia Cataldo. Il fenomeno è in costante diffusione in Italia da qualche anno e, anche qui, ci sono margini di ulteriore crescita se arrivassero normative adeguate. L'estate – quest'anno decisamente in anticipo a livello meteorologico – si è aperta con l'ormai classico appuntamento di **Cantine Aperte**, promosso dal Movimento Turismo del Vino in tutta Italia. Eventi, degustazioni ma soprattutto idee, sforzi e impegno per avvicinare, in modo sempre meno pretenzioso, i **consumatori "della domenica"** (e non vuole essere una critica) al mondo del vino. Risultato? Oltre **1 milione** di partecipanti – almeno stando ai dati degli organizzatori – ovvero il 10% in più rispetto alla scorsa edizione. Tra di loro soprattutto tanti **giovani** che, per passare una giornata in libertà, hanno scelto una delle migliaia di cantine aderenti, assaggiando del buon vino e sopratutto avvicinandosi ad una storia. Quel del vino, appunto, e di conseguenza del nostro Paese. Ci sentiamo di condividere alcune delle parole a commento della giornata espresse dal presidente del Mtv , **Carlo Pietrasanta**. "Oggi si opta per l'esperienza enoturistica un po' come si sceglie un buon libro o un buon film: per questo è importante riuscire ad assecondare questa nuova tendenza, raccontando al meglio tutto il fascino che sta dentro una bottiglia di vino. Oggi possiamo affermare che le aziende del Movimento Turismo del Vino hanno staccato nettamente quelle che in questa giornata vedono solo l'occasione di vendere qualche bottiglia di vino in più. Ora attendiamo il buon esito della Legge che finalmente regolamenti un settore che già vale **2,5 miliardi di euro** l'anno ma che è ancora poco rispetto alle sue potenzialità, e rappresenta meno della metà del giro di affari dell'enoturismo in California (7 miliardi di dollari)".
Ecco allora il perché di quella canzone con cui è iniziato questo ragionamento. Non era praticamente tutto così un'estate fa? Perché nel nostro Paese deve essere così faticoso provare a **migliorare le cose**, a valorizzare ciò che di buono e di valore abbiamo? Sono anni che sentiamo parlare di **cabina di regia**, di necessità di fare sistema, di fare squadra e ancora e ancora. Sono solo slogan con scarso ***appeal***, che ormai non riescono a conquistare più nessuno. E che torneranno sicuramente di attualità nelle prossime settimane, specie se davvero dovremo vivere un'estate all'insegna della **campagna elettorale**.
Abbiamo capacità, strumenti, prodotti, risorse e territorio per poter ambire a compiere un salto di qualità. Insomma, possiamo fare ancora di più di quanto già di buono facciamo. Ma dobbiamo semplicemente cominciare a farlo.

Buona estate e buon vino!•

Giovanni Pellicci
Direttore Responsabile

EDITORIALE

WORLD LEADER
IN WINE TECHNOLOGY

@ drinktec
Go with the flow.

ORGANIZED BY

SUPPORTED BY

11-15 settembre 2017

Messe München - Germania

www.simei.it
www.drinktec.com/simei

20 CHEF • VALENTINO PALMISANO

23 SAN SALVATORE 1988: LA MAGIA DEL CILENTO

36 VENISSA, IL VINO DELLA LAGUNA

SOMMARIO

DATI

EXPORT: BENE L'ITALIA NEL PRIMO TRIMESTRE 2017

Secondo i dati dell'Osservatorio Paesi terzi di Business Strategy le esportazioni tricolori hanno registrato uno +6,3%

Il primo trimestre 2017 per il vino italiano all'estero si è chiuso in crescita del 6,3%. Secondo l'analisi dell'Osservatorio Paesi terzi di Business Strategies nei top 12 mercati – che rappresentano una quota di mercato pressoché totale (96%) delle importazioni extra Ue di vino - l'inizio del nuovo anno si è rivelato in generale favorevole per gli scambi enologici, con la Francia sempre top player con un valore 1,269mld di euro, seguita dall'Italia a 710mln di euro. "Tra le note positive – ha detto la Ceo di Business Strategies, Silvana Ballotta (protagonista de il Faccia@Faccia nelle prossime pagine) – c'è sicuramente la performance in Cina, dove a fronte di una fase di riflessione della domanda (+1,3%) l'Italia con un incremento del 15,9% fa meglio di gran parte dei suoi competitor. È presto – ha aggiunto – per dire che qualcosa sta cambiando nel principale mercato del futuro, anche se avvertiamo più di un segnale che avvalora un cambio di rotta in nostro favore. Segnali che riscontriamo anche dalla risposta ai sempre più richiesti corsi sul vino made in Italy, che organizziamo in 9 città cinesi". Secondo le elaborazioni su base doganale, volano anche le importazioni di vino italiano dalla Russia, in crescita del 53,6% e con un valore di 44,7mln che supera quello del Giappone (-4,4%). Tra i big spender, bene – anche se sotto la media degli scambi – Canada (+7,7%) e Svizzera (4,6%). Non mancano nel trimestre alcune ombre. Tra queste, pesa la condotta a marce ridotte nel primo mercato di sbocco, gli Usa, dove l'incremento italiano (+4,3%) vale poco più della metà del trend dell'import di vino statunitense (+8,1%) e soprattutto cresce 4 volte meno della Francia, che con +18% raggiunge i 360mln di euro in valore e ora tallona l'Italia, a 381,6mln di euro. Tra le tipologie, prosegue la corsa degli sparkling (+11,7%, con Hong Kong, Brasile e soprattutto Russia con incrementi che variano dal 40 al 55%) mentre chiudono bene anche i rossi imbottigliati (+6,4%), specie in Russia (+53,1%), Cina (+18,6%), Hong Kong (+50,9) e Brasile (+31,5%).

TENDENZE

OVERBOOKING IN VIGNA

Gli ettari disponibili quest'anno per i nuovi impianti sono 6.621. Le domande arrivate sono per oltre 165 mila ettari. Qualcosa nella procedura non è andato come sperato

Dopo il lavoro da chef, in Italia va di moda produrre vino. Almeno così sembra analizzando il numero di domande registrate per i nuovi impianti. A fronte di una disponibilità di 6.621 ettari sono arrivate domande per circa 165mila ettari. Secondo anche quanto approfondito sulle pagine de L'Informatore Agrario attraverso l'analisi dei dati del Ministero delle Politiche Agricole, nel corso del 2017 si sono registrate domande del 150% superiori a quelle del 2016, quando l'overbooking si era comunque fermato a ben 66mila ettari. Nel dettaglio, su 21 regioni sono 17 quelle in cui le richieste hanno superato di almeno 3 volte il plafond regionale, con Veneto, Friuli Venezia Giulia e Puglia in pole position, seguiti da Sicilia, Emilia Romagna e Toscana.

TECNOLOGIA 1

IL BRUNELLO HA LA SUA APP (UFFICIALE)

Diffusa dal Consorzio la nuova applicazione che si rivolge soprattutto a turisti ed appassionati

Consorzio, è stata diffusa la nuova applicazione che è scaricabile gratuitamente per accedere contenuti relativi alle aziende vinicole, i vigneti, le tipologie di vini prodotti e altre informazioni utili a scoprire la terra del Brunello. "Con il nostro impegno a sostegno di questo progetto – commenta il Presidente del Consorzio Patrizio Cencioni – il Consorzio conferma il proprio obiettivo di supportare, valorizzare e incentivare lo sviluppo turistico di Montalcino. Il Brunello è un volano fondamentale per spingere questo territorio verso una continua crescita in termini turistici e i numeri degli ultimi anni dimostrano che siamo sulla strada giusta". Solo nel 2016 il flusso turistico a Montalcino ha infatti registrato +20% di presenze, passando dal milione dell'anno scorso ai 1.200.000 di persone di quest'anno, mentre i pernottamenti sono stati oltre 135.000.

SICILIA

IL SOLE DELLA SICILIA NEL PERRICONE DELLE TENUTE ORESTIADI

Un vino ispirato alla tradizione che non tralascia eleganza e morbidezza

Se ti trovi in Sicilia e senti dire pignatidare, vuol dire che stanno narrando delle argille rosse del trapanese, materia prima delle tipiche pentole di terracotta (pignàte), simbolo della cultura rurale e dell'intenso lavoro a contatto con la natura. Si ispira a questo tipo di tradizione il Perricone, o Pignatello, varietale autoctono della Sicilia occidentale. Il Perricone è a proprio agio sui terreni forti e argillosi, da cui trae la forza di dare forma a un vino potente, morbido e intenso, che racchiude il sole della Sicilia che bacia la Valle del Belìce, luogo dove la voglia di riscatto ha unito passione per l'arte e amore per la terra, donando un'anima rinnovata alla città di Gibellina. Ed è proprio a Gibellina che sorgono le Tenute Orestiadi, connubio tra esperienza e conoscenza del mondo del vino e della cultura. Il Perricone Tenute Orestiadi incarna un colore viola intenso, un bouquet aromatico a base di frutti a bacca rossa, in cui sfuma un misto di pepe nero e spezie mediterranee. Un vino morbido ed elegante, a cui l'evoluzione in bottiglia regala note di liquirizia (b.a.).

TENUTE ORESTIADI
Viale Santa Ninfa - 91024 Gibellina (TP)
Tel: +39 092469124
Fax: +39 0924 69765
enoturismo@tenuteorestiadi.it
www.tenuteorestiadi.it

SARDEGNA

BARRUA: L'ELEGANZA DEL ROSSO

AgriPunica firma un gioiello di ineccepibile fattura, profondo ed intenso

Anima elegante che, leggiadra, impreziosisce i calici e avvolge dolcemente i sensi. È Barrua, il nettare scarlatto che "sgorga" dai vigneti di AgriPunica, l'azienda di Santadi nata dalla collaborazione tra il Gruppo Tenuta San Guido - Sassicaia e la Cantina di Santadi. Un vino di impareggiabile valore che, creato nel 2002 dalla sapiente mano del leggendario enologo Giacomo Tachis, rende uno speciale tributo alla sua Terra. Composto prevalentemente da pregiate uve Sulcitane (85% Carignano) unite a due varietà Francesi, coltivate anch'esse in azienda nel Basso Sulcis (15% Cabernet Sauvignon e Merlot), Barrua costituisce il prodotto finale di un iter estremamente accurato e rigoroso. Dalla raccolta manuale in vigna, passando per la fermentazione con le bucce in serbatoi di acciaio inox termocondizionati, fino alla maturazione in barrique di rovere francese per circa 18 mesi e all'affinamento in bottiglia per circa 12 mesi. Di un rosso rubino intenso e vivace, questa pregevole etichetta presenta un corredo polifenolico con un tessuto tannico delicato e rotondo. Dall'impronta olfattiva complessa, con profumi di frutta rossa matura, spezie e note di liquirizia e mirto, allieta il palato con un gusto raffinato, persistente ed armonioso.

AGRICOLA PUNICA SPA
Loc Barrua
09010 Santadi (CA)
Tel. +39 0781 941012
Fax. + 39 0781 953149
info@agripunica.it
www.agripunica.it

TECNOLOGIA 2

CHATTANDO COL MIPAAF

Attivato il nuovo servizio di chatbot del Ministero delle Politiche Agricole per facilitare il dialogo con la PA

Il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali sempre più social. Il Mipaaf ha infatti lanciato il nuovo servizio chatbot attivo su Facebook Messenger per rispondere in tempo reale, 24 ore su 24, alle domande degli utenti su notizie e indicazioni pratiche. "Le risposte in un click": cliccando, infatti, "Invia un messaggio" sulla pagina Facebook del Ministero, sarà possibile attivare la chatbot, selezionare l'argomento desiderato e ricevere immediatamente le informazioni necessarie. Chi non troverà immediatamente la risposta potrà inviare comunque un messaggio diretto a cui risponderà l'Ufficio Relazioni con il Pubblico del Ministero. L'obbiettivo è quello di attivare un filo diretto per semplificare ulteriormente l'accesso alle informazioni e accorciare ancora di più le distanze tra i cittadini e la Pubblica Amministrazione.

ALLA PROVA

MIGLIOR ASSAGGIATORE DI VINO CERCASI

Non solo il miglior sommelier d'Italia. A breve ci sarà anche il miglior assaggiatore nazionale Onav. Si svolgeranno infatti il 24 giugno prossimo, nelle diverse sedi Onav di tutta Italia, le selezioni regionali che decreteranno i partecipanti della finale nazionale di Asti. Non un concorso o un premio, il Miglior Assaggiatore Nazionale 2017 punta ad essere un'occasione per testare la propria capacità di giudizio e la preparazione personale in tema vino. Un'idea nata con lo scopo di promuovere la cultura del vino, coinvolgendo i soci e gli eno-appassionati in una divertente sfida che avrà l'unico scopo di "mettersi in gioco". "Un'iniziativa che abbiamo ideato per avvicinare neofiti, appassionati ed esperti al grande mondo Onav – sottolinea il presidente Vito Intini – con lo scopo di creare un evento senza titoli o medaglie in palio. Una prova più contro sé stessi che contro gli altri, senza mettere a confronto titoli accademici o specifici percorsi di formazione". La partecipazione sarà aperta a tutti, anche ai non soci che, per prendere parte alla sfida, dovranno solo contribuire con la quota d'iscrizione all'Onav. Il progetto coinvolgerà tutte le sezioni italiane, con sfide eliminatorie nelle diverse delegazioni provinciali. La finale nazionale, infine, si svolgerà ad Asti a settembre 2017, in occasione della Douja d'Or. Nella finalissima verrà riproposto lo stesso format d'esame, in cui si decideranno i 3 migliori assaggiatori del 2017 che riceveranno un premio, oltre al titolo di "Assaggiatore dell'anno" che sarà conferito al primo classificato.

L'Onav lancia un nuovo concorso rivolto agli appassionati che vogliono mettersi in gioco

NOMINE

FEDERVINI: SANDRO BOSCAINI CONFERMATO PRESIDENTE

Il nuovo corso sarà tra innovazione e tradizione

Sandro Boscaini, presidente di Masi Agricola, è stato riconfermato Presidente di Federvini per il prossimo biennio.
"Federvini – si legge in una nota - è in prima linea con i propri associati sui temi più caldi di settore, legati alle fasi attuative del nuovo Testo Unico sul vino, che vanno dalla concretizzazione del principio del controllo unico aziendale, punto di partenza necessario a garantire chiarezza di interlocutori e semplificazione burocratica; all'annoso dibattito sui consorzi di tutela e sul loro funzionamento in relazione alle reali esigenze delle imprese; al principio della terzietà dei controlli, sancito ma attuato in modo non sempre efficace; al multiforme modello di sviluppo delle denominazioni, in certi casi poco comprensibile agli occhi del consumatore. Per finire, un cenno alla imbarazzante questione dell'Ocm per la promozione nei paesi terzi. La scarsa chiarezza in fase di produzione e applicazione delle norme sta producendo delle mostruosità che invocano soluzioni immediate. L'atteggiamento sostanzialmente attendista del Mipaaf sul tema dei fondi per la promozione lascia le imprese italiane prive di un sostegno finanziario che i competitor di altri paesi stanno invece utilizzando ormai da mesi".
"Le sfide del prossimo biennio sono numerose, ma ho percepito una grande fiducia nei miei confronti da parte dell'Assemblea - ha dichiarato il confermato Presidente Sandro Boscaini -. I numeri sono confortanti: nel 2016 l'Italia è l'unico, tra i massimi paesi produttori, ad avere avuto un andamento positivo: da qui bisogna ripartire con ancora più slancio e volontà".
L'Assemblea ha rinnovato anche le altre cariche statutarie: Pietro Mastroberardino è stato rieletto Presidente del Gruppo Vini; Micaela Pallini, Vice Presidente e Amministratore Delegato di Pallini SpA, ha ricevuto la nomina di Presidente del Gruppo Spiriti, mentre Sabrina Federzoni, è stata nominata al vertice del Gruppo Aceti.

di Marina Ciancaglini

Italiani *in Francia*

Il vino italiano visto dai cugini d'Oltralpe, con tendenze, mode e opportunità

La Francia, da nazione produttrice di primaria importanza quale è, si rivela un mercato ambito e difficile per i vini esteri ma anche estremamente appetibile. Bernardo Conticelli, project manager Italia presso la Bettane & Desseauve e titolare della distribuzione francese di vini italiani Bere Bene

Che mercato hanno i vini italiani in Francia e hai notato uno sviluppo negli ultimi anni?

"La Francia è e rimane un mercato di nicchia per il vino italiano e più in generale per i vini "stranieri", anche se tra questi l'Italia occupa decisamente il primo posto per presenza. Benché sia un mercato da piccole quantità, è però per definizione uno dei mercati più prestigiosi e di grande appeal, motivo per cui le aziende hanno piacere ad essere presenti, anche se con poche bottiglie. Negli ultimi anni c'è stata una vera e propria esplosione di interesse oltralpe per il vino italiano che ha trovato maggior spazio nelle carte dei vini, non soltanto in numero di referenze ma anche con un incremento importante di immagine e **qualità".**

In quale zone ci sono le maggiori potenzialità

"Parigi vale almeno l'80% del mercato del vino francese, per l'enorme concentrazione di ristoranti e locali, oltre al potere di spesa della clientela. Ma fuori Parigi esiste la Costa azzurra dove per continuità territoriale e per caratteristiche di turismo il vino italiano gira bene. Altra città gastronomica per eccellenza, benché di dimensioni ridotte, è Lione. Da non dimenticare poi la zona di Rennes ed alcune zone del centro Francia in Rodano. Un grande vero neo del vino in Francia sono i ricarichi pazzeschi che la ristorazione applica che penalizza soprattutto i vini di fascia alta".

In generale, come viene visto il vino italiano?

"Oggi il vino italiano ha grande appeal innanzitutto per la varietà di regioni e di patrimonio di vitigni autoctoni poi l'imbattibile concorrenza nei vini di fascia prezzo medio per la qualità rispetto alla Francia".

Quali sono le con maggiore appeal?

Oggi in Francia c'è una grande attenzione al produttore, alla sua dimesione e modalità di lavoro soprattutto biologico e biodinamico, con o senza certificazione. Complice anche la moda dei vins nature che in Francia oggi è spinta quasi all'eccesso, si cercano vini dai sapori semplici, tutta frutta e bevibilità. Le denominazioni contano poco, non spaventa se il vino è etichettato come Vino da Tavola, anzi talvolta ha ancora più fascino. Ecco allora che il patrimonio di vitigni italiani permette di giocare con queste diversità, dal Frappato al Ciliegiolo, dal Trebbiano al Timorasso. La ricerca di qualcosa di diverso, strano, che esca dagli schemi, guida la selezione di molti sommeliers dei cosidetti "bistrot d'autore", mentre le regioni classiche e più conosciute sono ancora il caposaldo dei grandi ristoranti due e tre stelle. Importnate anche il boom del Prosecco che i francesi trovano molto facile da bere senza troppi pensieri, e un amore secolare per il Nebbiolo in tutte le sue forme, dai più classici alle zone meno note". •

Al nostro export mancano *programmazione e continuità*

Ph.Gianni Ugolini © 2017

È sempre e comunque l'export la parola chiave fondamentale del nostro vino. E' in merito sono tanti i fronti aperti o da approfondire. In questo numero lo facciamo in compagnia di **Silvana Ballotta**, Ceo di Business Strategy, società che affianca le aziende nel percorso di internazionalizzazione.

@ Tra qualche criticità e tanti aspetti determinanti per i conti economici delle aziende, tracciamo un bilancio di metà anno. Che sensazioni ha sul 2017 dell'export italiano del settore vino?

"Al nostro export serve innanzitutto continuità. A prescindere da fattori geopolitici come possono essere quelli della Presidenza Trump negli Usa o la Brexit, infatti, il nostro vino avrebbe necessità di una programmazione mirata ad un periodo di 3/5 anni come fanno, ad esempio, i nostri cugini francesi. Il 2016 ha fatto registrare il boom delle bollicine e il rallentamento dei vini fermi, ma si tratta di fenomeni non stabili ma che necessitano di azioni di continuità. Una cabina di regia unica sarebbe utile per pianificare e coordinare le attività di promozione all'estero, evitando iniziative spot ed aprendo la strada all'attività dei Consorzi e quindi delle singole aziende che vanno all'estero".

@ Quanto peserà sul 2017 il pasticcio sulla gestione dei fondi Ocm?

"La questione Ocm Vino è la summa di tutta una serie di questioni che si ribaltano sul mondo del vino e di cui sono le aziende a pagarne le conseguenze. La questione di cui non si riesce a venire a capo è sostanziale e non formale. Arrivare fino al Tar è stata una forzatura: la filiera in questi mesi un tentativo lo ha fatto ed un compromesso si poteva trova-

La diatriba sui fondi Ocm, la tanto agognata cabina di regia, la Cina e le nuove opportunità da cogliere in giro per il mondo: cosa va e cosa no alla voce esportazioni di vino

re prima. Specie se pensiamo a quanto il vino sia una voce fondamentale per tutta l'economia italiana. In questa fase non mi interrogo tanto su come andrà a finire la questione (al momento di andare in stampa i passaggi non si erano ancora esauriti, nda) ma soprattutto su come evitare che queste diatribe possano non ripetersi in futuro. Spero ci serva da esperienza, in modo tale che nei prossimi anni il percorso, nel pieno rispetto delle regole, sia più lineare così da garantire una maggiore fruibilità di fondi che sono indispensabili".

@ Quali saranno, secondo lei, i mercati chiave nei quali l'Italia può puntare a crescere ulteriormente nel prossimo triennio? E come?

"Con l'Osservatorio di Nomisma abbiamo recentemente valutato i dati sulle tendenze in atto. Emerge che il 50% dei buyer di vino italiano si concentra su Stati Uniti, Germania, Regno Unito, Svizzera e Francia. E' necessario che questo bacino, per quanto importante e da consolidare, si allarghi anche ad altri mercati. E' facile parlare della Cina perché offre numeri importanti ma con tante variabili e complessità da valutare bene. Ci sono anche altre realtà del Sud Est asiatico, a partire dal Giappone, dove dobbiamo tornare ad effettuare attività di promozione efficaci rispetto a quanto abbiamo fatto ultimamente, rallentando i nostri trend".

@ Tra quelli meno battuti o meno noti da parte degli operatori, c'è un mercato sul quale scommetterebbe per una crescita importante?

"Sicuramente il Nord Europa. Penso all'Olanda, alla Norvegia ed anche all'Austria, mercati Ue o extra Ue insomma. Si tratta di realtà a noi vicine, dove si registra una buona attenzione ai vini italiani e soprattutto ai temi della sostenibilità ambientale".

@ La Cina resta il punto di riferimento se vogliamo davvero far lievitare il nostro export. La concorrenza della Francia è però difficilmente contrastabile. Oltre alle azioni culturali e promozionali intraprese finora, cosa possiamo fare per ridurre il gap?

"Avere pazienza, consapevolezza ed umiltà. La Cina è un mercato molto complicato dove scontiamo tanti fattori: le abitudini culturali profondamente diverse, le difficoltà della lingua, la mancanza di ristoranti italiani che possono farci da apripista e ovviamente il fatto che la Francia ci ha preceduto abbondantemente. Sarebbe molto utile lanciare un'operazione culturale finalizzata a far scoprire la nostra italianità, un po' come è accaduto con la moda. Per farlo possiamo proporre il nostro vino anche in abbinamento alla loro cucina, attraverso un'operazione di sistema che dovrebbe partire dalla politica, coinvolgendo i Consorzi e aprendo la strada alle singole aziende, specie quando si tratta di realtà più piccole ma non per questo minori".

@ Al di là degli sviluppi elettorali l'attuale legislatura sta volgendo al termine. Che voto si sente di dare al Ministro delle Politiche Agricole Maurizio Martina?

"Martina ha fatto sicuramente molto. L'Expo è stato un grande successo che ci ha permesso di dimostrare che l'Italia ce la può fare. La stessa energia messa sull'Expo però non c'è stata per altre tematiche delicate. Al vino, in particolare, serve un presidio costante, visti i tanti temi aperti come ad esempio quello del Testo Unico. L'incontro con i rappresentanti della filiera che c'è stato ad aprile scorso fa ben sperare: individuare una figura interna al Ministero che coordini le relazioni con il settore può essere molto utile".•

ENOTURISMO: *il Ddl che non c'era*

Bella stagione, tempo di enoturismo. E gli strumenti per fare sempre meglio non mancano

Con l'arrivo della bella stagione torniamo a parlare di enoturismo. Complice è anche il tema del Ddl enoturismo che è ormai entrato nel vivo e che si pone l'obiettivo di arrivare ad una legge capace di mettere ordine, anche dal punto di vista fiscale, in un settore che in Italia conta un giro d'affari stimato in 2,5 miliardi annui e coinvolge 7 milioni di visitatori. Sempre di più gli acquisti enogastronomici – il vino in particolare – sono legati all'esperienza diretta e al concetto della "disintermediazione", con due conseguenze importanti. Dal lato del cliente, questo si trasforma in un acquisto emozionale e si cercano esperienze più che semplici prodotti: questo vale in senso trasversale sia per gli appassionati che per turisti meno profilati che vedono nell'offerta enogastronomica un vettore di approccio alla cultura di un luogo. Dal lato della cantina invece, la disintermediazione significa migliori margini e quindi più profitto. In Italia sono ormai 15 milioni coloro che "fanno la spesa" in cantine e aziende agricole, secondo una indagine di Coldiretti/Ixè. E vale nello specifico per il vino, dove la vendita diretta, soprattutto per le cantine di dimensioni più piccole, diventa un canale vitale, senza considerare le azioni di marketing che possono scaturirsi nel tempo da questa attività. Anche oltreoceano il tema è ampiamente sentito. Come emerge da un'indagine dalla Silicon Valley Bank ("Secrets of a Successful Tasting Room"), le vendite "direct to consumer", sia che avvengano nelle strutture dell'azienda o attraverso altre formule come i "wine club", pesano per oltre il 74% delle entrate per cantine che producono meno di 2.500 casse di vino all'anno, e il 68% per chi arriva fino a 5.000 casse all'anno. Percentuale che diminuisce, ma resta comunque decisamente importante (24%), per le cantine la cui produzione è tra le 100.000 e le 250.000 casse all'anno. C'è poi il dato sulla spesa media di acquisto: si legge nella stessa indagine che la spesa media di chi acquista vino direttamente in cantina è di 102,13 dollari a persona (con punte di 246,3 dollari in Napa Valley).

Carlo Pietrasanta:
"Ddl Enoturismo: indispensabile ma ancora qualche criticità"

Non si può parlare di enoturismo senza coinvolgere l'Mtv, nella figura del suo Presidente nazionale Carlo Pietrasanta. Tanto più che maggio è stato il mese di Cantine Aperte, giunto quest'anno alle sua venticinquesima edizione, forse l'appuntamento più conosciuto, atteso e partecipato dai

winelovers italiani. “L’enoturismo in certi casi è una vera e propria ancora di salvezza – attesta Pietrasanta – soprattutto per le cantine più piccole che magari non hanno la forza per puntare sull’export. Chi viene in cantina prova emozioni, si crea un feeling e si instaura un rapporto di fidelizzazione. L’accoglienza? Deve essere semplice ma fatta con il cuore: non ci si aspetta la perfezione ma di trovare del calore umano, come se si stessero ricevendo amici o parenti”. Continua Pietrasanta: “è molto importante anche saper creare della sinergie, sia con il territorio che anche con realtà culturali più distanti da noi. Non esiste un luogo dove non ci sia qualcosa di bello e buono da far conoscere, dobbiamo creare uno story telling che racchiuda tutto questo. E farlo con un linguaggio accessibile: il profilo dell’enoturista non si esaurisce con gli appassionati di vino, ancor meno con gli esperti, ma lo spettro è ampio, con italiani, stranieri, giovani e anziani, wine lovers ma anche semplici curiosi”. Ci spostiamo a parlare del Ddl Enoturismo, che proprio in questi periodo è all’ordine del giorno, presentato dal senatore Dario Stefàno. “Sul Ddl Enoturismo, che ha già molti pregi nella sua attuale formulazione, serve risolvere alcuni nodi critici. Quello principale è la comparazione con l’attività agrituristica, che prevede invece un complesso di attività molto più articolate: l’enoturista deve essere semplicemente messo nelle condizioni di poter svolgere – a pagamento – le attività di degustazione dei vini accompagnati da prodotti tipici del territorio regionale e le visite al patrimonio aziendale, nel rispetto di sicurezza e norme igienico-sanitarie”. Ad oggi infatti le cantine devono fare i conti anche con questo, visto che non è ancora possibile poter svolgere legalmente questa attività. Inoltre c’è la questione delle competenze e la richiesta di Pietrasanta è che siano stabilite regole uniche su base nazionale, non regionali, con il riconoscimento a luoghi turistici delle cantine. La questione – questo è l’augurio – dovrebbe (e qui il condizionale è sempre d’obbligo) risolversi entro la fine dell’anno. Torniamo a Cantine Aperte: “in occasione dei 25 anni della manifestazione, abbiamo ideato un cofanetto con due calici che saranno acquistabili entro fine anno e il cui ricavato sarà devoluto a Airc, per la ricerca sul cancro”, conclude Pietrasanta.•

L’ENOTURISMO PARLA “DIGITAL”

Passiamo al web. Che si sa, con il mondo del vino non sempre ha un rapporto idilliaco. Le esperienze digitali legati all’enoturismo da qualche anno cominciano a sbocciare anche nel nostro Paese. Ad oggi però continua a mancare uno strumento nazionale strutturato che possa fungere da faro anche e soprattutto all’enoturista straniero. Pregusta va proprio in questa direzione: è un’avventura giovane, il sito è stato messo online in occasione dello scorso Vinitaly. Mente e cuore sono Massimo Amorosi e Giulia Simioni, classe ’87 e ‘88, che dopo un anno passato ad analizzare i numeri del mercato ed elaborare un business plan della loro attività, sono finalmente partiti. “Tutto è iniziato dalla nostra passione per il mondo dell’enogastronomia, poi guardando ai dati di mercato ci siamo accorti di quanto il settore fosse florido e al contempo del gap che ancora c’è dal punto di vista dei servizi web”, commenta uno dei co-founder, Massimo. Come funziona? “In questa fase iniziale l’adesione per le cantine è gratuita. Ci sono però dei requisiti di qualità

dell'offerta da rispettare, affinché il servizio fornito dal nostro sito possa essere sempre garantito. Prima c'è un algoritmo che fa una selezione, poi però siamo noi stessi che andiamo di persona a conoscere da vicino le singole realtà aziendali". Ovviamente quando si parla di online non c'è solo l'esperienza dell'enonauta, ma l'impegno delle singole cantine, che ancora stentano a capire quanto questo canale sia importante e potenzialmente redditizio. Angelo Cassinelli, di Glocal Web, non ha dubbi: "serve una strategia precisa, ci vogliono siti internet fatti bene sia dal punto di vista dei contenuti che della navigabilità". E non è tutto, "il sito deve anche essere monitorato, affinché si possa avere una misura delle performance e dei risultati". Ma la buona notizia è che i costi sono relativamente più bassi rispetto ad altri canali di vendita, si pensi ad esempio ad una fiera. L'esperienza di Angelo si lega ad un progetto che strizza proprio l'occhio all'enoturismo, Langhe.net, di cui ci racconta qualche numero: 1 milione e cinquecento mila le pagine consultate lo scorso anno, 41.000 presenze turistiche tramite il portale nel 2016, 15.750 prenotazioni di visite alle cantine, per un totale di 2 milioni e 800 mila euro di fatturato. I numeri dell'enoturismo, ancora una volta, non passano inosservati". •

Marco Paier,

enoturismo in pillole

Marco Paier è un consulente che si occupa di commerciale del vino e in particolare di enoturismo, dopo molti anni di lavoro per importanti e consolidate realtà vitivinicole toscane. Quali sono i punti cardine da tenere in mente per sviluppare queste attività e farle diventare sempre di più un'occasione di fatturato per l'azienda? "Prima di tutto dobbiamo capire dove si trova la cantina: in che denominazione, se su una strada di passaggio o meno, se ben raggiungibile o fuori mano. Dobbiamo quindi capire se c'è un flusso di turisti di passaggio da intercettare o se invece gli enoturisti siano prima di tutto da portare in loco. Detto questo è importante lavorare sia sul prodotto (il vino, le degustazioni, l'accoglienza) che sulla promozione (flyer, informative, depliant). Ma ancora prima bisogna lavorare sulle risorse umane, vero cardine dell'enoturismo. Poi c'è il tema dei prezzi, che ovviamente va a braccetto con la posizione e la denominazione. Bisogna avere bene chiaro chi siamo (una cantina di alto livello, una piccola cantina che mantiene un profilo artigianale, e così via) e da lì partire per darsi una faccia e una strategia". "I numeri – continua Paier – parlano di fatturati interessanti, come ancora più interessanti sono i margini, visto che non ci sono intermediari: una cantina nel Chianti Classico può arrivare a 30/40 mila visitatori all'anno e un fatturato che supera il mezzo milione di Euro, a volte di molto. Cantine più piccole si attestano su fatturati attorno ai 100 mila euro all'anno. In ogni caso si tratta di cifre interessanti". Chiediamo se c'è qualcuno a cui possiamo ispirarci per fare sempre meglio. "Direi proprio i francesi, basti pensare alla Città del Vino di Bordeaux, sono imbattibili. La Napa Valley invece è secondo me la Disneyland del vino, non credo sia il modello giusto per noi". •

Chef

di **Marina Ciancaglini**

La cucina *della rinascita*

Valentino Palmisano da Kyoto è volato a Norcia per diventare lo chef del Vespasia che, finalmente, ha riaperto i battenti

Parlare del **Vespasia** nel cuore di **Norcia** non è solo parlare di alta cucina ma di un simbolo di rinascita. Situato all'interno del **Relais & Chateaux Palazzo Seneca**, premiato da 1 stella Michelin - in una regione che è tra le meno "stellate" d'Italia, nonostante un patrimonio di materie prime di altissima qualità – è stato per mesi chiuso, fino allo scorso 29 aprile. Il terremoto che il 30 ottobre ha devastato Norcia, pur non avendo arrecato danni strutturali all'edificio, ristrutturato di recente e antisismico, ne ha costretto la chiusura per molti mesi. La famiglia **Bianconi,** proprietaria del Palazzo, ha atteso i tempi tecnici per poter aprire, progettando un nuovo futuro per l'attività, partendo proprio dai punti di forza del territorio: un bacino incredibilmente ricco di produzioni gastronomiche di alto livello e la voglia della città, una dei fiori all'occhiello delle mete turistiche italiane, di rialzarsi. Il fulcro di questa rinascita sta in **Valentino Palmisano**, nuovo chef del Vespasia, di origine campana, considerato tra i migliori chef della cucina italiana all'estero che, dopo 4 anni a Shangai e più di tre anni Kyoto in Giappone, ha deciso di accettare questa sfida e di tornare in Italia.

Partiamo dalla sua formazione iniziale, quali sono stati i suoi maestri?

"Ho avuto la fortuna di aver-

ne tanti, come Alfonso Iaccarino, Pino Lavarra, Oliver Glowing. Un ricordo pieno di affetto va a Felice Ponari con il quale ho iniziato dalle basi, quando tutto mi sembrava nuovo ed è stato indispensabile per la mia formazione. Con queste esperienze ho acquisito la tecnica, ma la mentalità me l'ha cambiata l'Asia".

Cosa vuol dire ricominciare a Palazzo Seneca?

"Vuol dire molto. Qui la cucina acquisisce anche un aspetto sociale, una rinascita dell'indotto gastronomico del luogo attraverso l'uso di prodotti a km 0, che qui è pieno di contenuti; sto visitando personalmente tutti i fornitori della zona e sto prendendo molti spunti. Poi, per me, dal Giappone a Norcia è una nuova sfida; porto la mia tecnica ma i miei gusti sono sempre in evoluzione".

Iniziare un nuovo percorso in una stella Michelin cosa significa?

"Per me la cucina è buona o cattiva, al di là delle guide. Qui mi ha attirato il modo di vedere la ristorazione della famiglia Bianconi, non si cucina solo per la soddisfazione del cliente ma c'è anche una forte progettualità, non solo sul ristorante ma anche sul territorio. Ho vissuto e lavorato in tanti posti, qui posso restituire tutto quello che ho avuto in questi anni, tracciando un mio percorso".

Viene da esperienze internazionali, in qualche modo devi riprendere confidenza con la cucina italiana fatta in italia? È diversa?

"Cucino sempre quello che, io per primo, vorrei mangiare. Io sono l'insieme delle mie esperienze, sento parte della mia tradizione sia la pizza che l'anatra alla pechinese. In cucina sono diretto, mi piace comunicare qualcosa di preciso".

Ci sono degli ingredienti dei quali non può fare a meno?

"Più che un ingrediente c'è l'idea del gusto e della semplicità del piatto, che mi definisce e mi racconta. Per esempio un mio piatto bandiera è lo spaghetto al pomodoro, di grande semplicità ma anche di grande tecnica, è un esplosione di sapori. Nessuno si aspetta di mangiarlo nell'alta cucina. L'ho introdotto anche qui al Vespasia, utilizzando un monograno proveniente dai Monti Sibillini, e sta avendo un grande riscontro. Poi, è fondamentale la stagionalità".

Porterà qualcosa dall'oriente nella cucina del Vespasia?

"Dopo sette anni in Asia, porterò qualcosa più a livello di pensiero che di ingredienti. Esiste anche una soggettività della qualità, la materia prima deve essere funzionale a quello che devo fare. Il menù ogni volta lo costruisco pensando a dove sono".

Ristorante Vespasia
Via Cesare Battisti n. 10,
Norcia (PG)
www.palazzoseneca.com

di Claudia Cataldo

Questione di etichetta

Un tema delicato – quello dell'etichettatura del vino – che deve fare i conti con la volontà di armonizzare il comparto *wine* a quello del *food*, a livello europeo. Ecco cosa sta succedendo

L'etichetta dei vini è una questione dibattuta e di importanza primaria che strizza l'occhio alla normativa europea ma anche a temi quali la fiducia, la trasparenza, la presentazione del proprio prodotto. Avere un quadro più chiaro non è cosa banale: per questo abbiamo chiesto aiuto a **Federdoc** (Confederazione Nazionale Dei Consorzi Volontari Per La Tutela Delle Denominazioni Dei Vini Italiani) e in particolare al suo Presidente **Ricci Curbastro**.

Parliamo del tema della liberazione dell'uso dei nomi dei vitigni in etichetta. Qual è la posizione di Federdoc? Quali scenari si preannunciano in questo senso?

"Federdoc ha espresso chiaramente lo scorso gennaio la propria contrarietà alla proposta della Commissione Europea di liberalizzare in etichetta l'uso di nomi di vitigni distintivi di denominazioni di origine. L'attuazione di tale proposta determinerebbe la rottura di un delicato equilibrio politico raggiunto in sede di riforma di OCM vino/2008 e porrebbe in serio pericolo rinomate denominazioni di origine che riportano nel loro nome varietà di viti, divenute con il tempo elementi distintivi delle DO stesse. La liberalizzazione difatti consentirebbe a qualsiasi vino europeo di riportate in etichetta nomi quali Aglianico, Barbera, Brachetto, Cortese, Fiano, Lambrusco, Greco, Nebbiolo, Picolit, Primitivo, Rossese, Sangiovese, Teroldego, Verdicchio, Vermentino o Vernaccia, per citarne alcuni, parte integrante di denominazioni riconosciute dagli anni '70 e che per questo devono essere tutelare da fenomeni, come questo, che di fatto legittimano episodi di concorrenza sleale in casa nostra".

Cosa propone Federdoc al fine di proteggere sempre di più il consumatore quando si parla di etichette di vini?

"La tutela del consumatore è indubbiamente uno degli obiettivi che il settore vino a DO si prefigge di raggiungere in ogni fase della produzione. La disciplina dell'etichettatura esistente assicura al consumatore la conoscenza del prodotto sotto tutti gli aspetti fondamentali, prevedendo ad esempio l'indicazione obbligatoria di elementi come la provenienza, l'identificazione dell'imbottigliatore, del produttore, del tenore di zucchero, del titolo alcolometrico. In riferimento a quest'ultimo il nostro Paese ha stabilito la sua indicazione fin dagli anni '30, diversamente dagli altri Paesi nei quali è stata introdotta solamente negli anni '90".

Qual è a vostro parere la questione più spinosa in termini di etichette di vini? La normativa sta cambiando per armonizzarsi al Trattato di Lisbona ed alla disciplina del comparto agroalimentare?

"La Commissione Europea lo scorso marzo ha pubblicato una relazione con la quale ha analizzato l'opportunità di esentare le bevande alcoliche dall'obbligo, previsto dal Reg.n. 1169/2011, di indicare in etichetta i loro ingredienti ed il loro valore energetico. Il Regolamento ha posto tale prescrizione nei confronti di tutti i prodotti agroalimentari prevedendo anche la sua eventuale applicazione alle bevande alcoliche al fine di armonizzazione la legislazione europea del vino a quella del comparto food. All'interno della relazione la Commissione ha evidenziato l'esistenza di un mutamento delle esigenze informative dei consumatori, presso i quali cresce la necessità di conoscere in modo più approfondito quanto consumato in termini di alcool e cibo. La CE ha anche rilevato come il settore del vino europeo abbia risposto positivamente a questa nuova esigenza prevedendo ed applicando nuove tecniche di comunicazione e d'informazione per andare sempre più incontro ai consumatori. Sulla base di tale valutazione la CE ritiene che il vino non debba essere esentato da tale obbligo e ha previsto che il settore stesso debba elaborare entro un anno una proposta di autoregolamentazione, per adeguare la propria disciplina sull'etichettatura, e quindi le proprie produzioni, a quanto prescritto nel Reg. n.1169/2011".

Che cosa comporta questo?

"Questa conclusione allarma notevolmente il nostro settore che è disponibile a soddisfare le giuste richieste conoscitive dei consumatori ma valuta non applicabile tale obbligo alle bevande alcoliche nella forma cui è applicato ai prodotti food. È quindi importante che l'invito della Commissione Europea si traduca in iniziative effettivamente utili che non costringano i nostri produttori ad elaborare dei nuovi bugiardini del vino in grado di creare solo confusione nei confronti dei consumatori e di diffondere eventualmente fake news".•

San Salvatore 1988: *la magia del Cilento*

Ecco il volto della Campania Felix: natura, rispetto, arte, bellezza. E vino.

San Salvatore 1988 racconta la storia di un legame profondo tra il vino e il suo territorio, il Cilento. L'azienda è immersa in un contesto naturale che mette insieme storia (buona parte dei vigneti si trovano a Paestum, la Polis della Magna Grecia), natura incontaminata (siamo nel cuore del Parco nazionale del Cilento, tra Stio e Giungano, e l'azienda adotta il regime biologico), agricoltura (27 ettari vitati e 110 quelli totali, con bosco e coltivazioni miste, passando per uno splendido allevamento di circa 500 bufale).

Risorsa, quest'ultima, talmente rappresentativa da essere stata scelta per le etichette, per il logo e come motivo centrale della comunicazione: "Ho visto un bufalo tra le vigne ed ho bevuto vino. Ho visto un bufalo tra le vigne e lui ha visto me". Peppino Pagano, anima della San Salvatore, oggi continua a trovare ispirazione quotidiana dai suoi ulivi, dall'allevamento, dalle sue uve rigorosamente autoctone: Aglianico, Falanghina, Fiano, Greco.
L'Aglianico dà vita a una riserva sontuosa, per cui è stata scelta l'etichetta d'eccezione realizzata dal pittore, filosofo e critico Gillo Dorfles. "Omaggio a Gillo Dorfles" proviene da una selezione clonale di Aglianico del Cilento ed affina 24 mesi in barriques di rovere francese nuove e altri 12 mesi in bottiglia. Questo vino è sintesi mirabile della filosofia dell'azienda, che non coltiva semplicemente la terra, ma se ne prende cura.• *(s.a.)*

San Salvatore 1988: the magic of Cilento

It's Campania Felix: nature, respect, art, beauty. And wine!

San Salvatore 1988 tells the story of a deep bond between a wine and its territory, Cilento. This winery is plunged into a natural contest that combines history (a great part of the vineyards grow in Paestum, the Polis of the Magna Graecia), untouched nature (we are in the heart of the of the Cilento National Park, between Stio and Giungano, and the winery practices organic farming), agriculture (27 hectares of vineyards and a total surface of 110 hectares that include woods, cultivations and a buffalo breeding with 500 head). Buffalo has been chosen as the symbol of the winery and the labels show this logo with a significant phrase "I've seen a buffalo through the grapevines and I've drank wine. I've seen a buffalo and it has seen me". Peppino Pagano, the soul of San Salvatore, still finds his everyday inspiration from his olive trees, from his cattle, from his autochthonous grape varieties, Aglianico, Falanghina, Fiano, Greco.
Aglianico gives life to a sumptuous Riserva, a wine whose label has been created by the painter, philosopher and critic Gillo Dorfles.
"Omaggio a Gillo Dorfles" proviene da una selezione clonale di Aglianico del Cilento ed affina 24 mesi in barriques di rovere francese nuove e altri 12 mesi in bottiglia. Questo vino è sintesi mirabile della filosofia dell'azienda, che non coltiva semplicemente la terra, ma se ne prende cura.•

AZIENDA AGRICOLA SAN SALVATORE
Via Dioniso, snc
84050 Giungano (Sa)
Tel. +39 0828 19 90 900
Fax +39 0828 19 90 901
info@sansalvatore1988.it
www.sansalvatore1988.it

DI CLAUDIA CATALDO

Aceto Balsamico di Modena Igp, *un 2016 chiuso a quota 94 milioni di litri*

Nuovi importanti progetti di comunicazione e promozione sul mercato interno ed estero, approvazione delle modifiche al disciplinare di produzione e allo statuto consortile, ma soprattutto presentazione della relazione consuntiva sull'esercizio 2016: questi i temi all'ordine del giorno dell'assemblea dei soci del Consorzio di Tutela Aceto Balsamico di Modena IGP tenutasi lo scorso mese. A fornire una fotografia di questo prodotto è **Federico Desimoni**, Direttore del Consorzio di Tutela Aceto Balsamico di Modena IGP.

Qual è la fotografia attuale dell'Aceto Balsamico di Modena Igp?

"Nonostante una stagnazione generalizzata a livello globale dei mercati, l'Aceto Balsamico di Modena IGP ha dimostrato anche nell'ultimo anno una buona tenuta, grazie anche alla quota di export che coinvolge il 92% della produzione: ad oggi la produzione certificata è di oltre 94,2 milioni di litri equivalenti a 1,30% in più rispetto al 2015, di cui quasi 74 milioni di litri - ovvero +1,91% sul 2015 - indirizzati verso l'imbottigliamento e i restanti in affinamento e invecchiamento".

Quali sono i nuovi progetti del Consorzio?

"Per il 2017 sono in campo progetti di comunicazione e promozione piuttosto importanti, principalmente sui mercati di Italia, Germania, Francia e Stati Uniti. Il più strutturato è il Progetto USA sulla promozione e valorizzazione dell'Aceto Balsamico di Modena IGP, che interesserà fino ad aprile 2020 gli Stati di New York, California e Florida, coinvolgendo istituti culinari, chef e ***blogger*** in eventi e attività web e sui ***social network***. In Europa, è in corso un interessante progetto di comunicazione al ***consumer*** sia sul web che attraverso i canali tradizionali in Italia, Germania e Francia, concentrato sulle piattaforme social".

Quali i principali obiettivi per il futuro?

"Continuare nella direzione intrapresa fino ad oggi nella valorizzazione e promozione del prodotto a più livelli, attraverso iniziative rivolte sia direttamente al consumatore sia più prettamente istituzionali, come il proseguimento delle operazioni di controllo anti-frode sui canali di distribuzione tradizionali, sul web in Italia e in alcuni Paesi esteri, grazie a partnership già attive e proficue con appositi organismi di vigilanza".

Quali sono i mercati principali? Quali invece i Paesi con un potenziale ancora in parte inespresso?

"L'obiettivo di breve periodo è migliorare la penetrazione dei mercati più importanti sia in Europa che in Nord America, mi riferisco in particolare a Germania, Francia, Regno Unito, Canada e Stati Uniti. L'obiettivo di medio periodo è invece quello di entrare in modo più rilevante nelle abitudini alimentari dei consumatori dei grandi mercati dell'oriente, Cina e Giappone ***in primis***".

Quali sono i punti forti dell'Aceto Balsamico di Modena Igp?

"È un prodotto versatile che racchiude in ogni goccia una storia estremamente affascinante, un' eccellenza del ***Made in Italy*** agroalimentare nel mondo ma ancor prima una eccellenza del territorio, stabilmente ai vertici della ***top ten*** dei prodotti più ***pesanti*** nel paniere delle Dop e Igp a livello globale". •

Uno dei prodotti simboli del made in Italy, traino economico per il territorio, con ambiziosi progetti per il futuro

La storia del Sangiovese abita alla Fattoria Paradiso

Nove giugno 1975: la stampa nazionale italiana annuncia 'La Pasqua del Sangiovese'. Mario Pezzi della Fattoria Paradiso è il pionere della riserva di Sangiovese in purezza: il Vigna delle Lepri. I progetti ambiziosi hanno solide fondamenta, come quelle dell'azienda romagnola in cui vino e cultura avanzano a braccetto. Ce lo racconta Graziella Pezzi, oggi alla guida della Fattoria insieme al figlio Jacopo: "Produrre un vino di qualità significa avere pazienza: mio padre intuì il potenziale del Sangiovese in purezza. Sperimentò in vigna e in cantina finchè non fu pronto. Ricordo che Raidue dichiarò che il Sangiovese si era affrancato da essere un vino di pronta beva diventando riserva e Sandro Pertini lo volle come vino del Quirinale". Il fiume dei ricordi scorre ricco di dettagli, nomi e personaggi che hanno contribuito col loro passaggio all'identità dell'azienda e non solo: "L'idea del Vinitaly è nata tra queste mura". Fattoria Paradiso è ancora fedele alle idee che Mario Pezzi profuse nei suoi filari al Sangiovese come al Barbarossa, al Pagadebit come all'Albana. Diversi vini con diverse storie tutte da ascoltare con un calice in mano (b.a.).•

L'incontro di vino e cultura in terra di Romagna

The history of Sangiovese dwells at Fattoria Paradiso

Wine and culture meet in Romagna

June 9, 1975: the Italian press announces 'The resurrection of Sangiovese'. Mario Pezzi from Fattoria Paradiso is the pioneer of a Sangiovese Riserva in purity: Vigna delle Lepri. His ambitious project has strong roots: a winery where wine and culture walks arm in arm. Graziella Pezzi, who nowadays manages the winery together with her son Jacopo tells us: "Make a quality wine means to be patient. My father had an intuition about the potential of Sangiovese in purity. He experimented both in the vineyard and in the cellar and the result finally came. I remember that RaiDue [one of the most popular Italian TV channels t.n.] declared that with my father's label Sangiovese liberated itself from the fame of an easy-to-drink wine and President Sandro Pertini wanted it as wine of the Quirinale". Her memories are rich of details, names and people who contributed to the identity of the winery. "The idea of Vinitaly came among these walls". Fattoria Paradiso still profess the ideals that Mario Pezzi spread among the grapevines of Sangiovese, Barbarossa, Pagadebit and Albana. Different wines and different stories to tell with a glass of wine as companion. •

FATTORIA PARADISO
Via Palmeggiana, 285
47032 Bertinoro (FC) ITALIA
Tel. +39 0543 445044
Fax + 39 0543 444224
E-mail: info@fattoriaparadiso.com

DI GIULIA MONTEMAGGI

Consorzio delle Doc Fvg: *ecco la denominazione unica*

Partita dal Vinitaly 2017, la neonata Doc regionale punta alla conquista dei mercati esteri e promette grandi risultati

Tra le novità importanti ed i numerosi eventi che hanno animato il Vinitaly di quest'anno non può certamente passare sotto silenzio un altrettanto significativo avvenimento: il "debutto in società" della nuova Doc Friuli Venezia Giulia. Presentata ufficialmente dal Consorzio delle Doc Fvg nella seconda giornata della manifestazione e con la partecipazione delle personalità di spicco del settore, la denominazione, nota anche come Doc Friuli, costituisce il punto di arrivo di un cammino durato all'incirca un decennio. Ad oggi, l'obiettivo primario è la creazione di un brand solido e riconoscibile, piena espressione di quella realtà ampia e dinamica che è chiamato a rappresentare. Un'identità territoriale ben definita che, proiettata ad affermarsi soprattutto in ambito internazionale, sia, nel contempo, fortemente rispettosa verso le denominazioni preesistenti premurandosi di non sovrapporsi ad esse. A tal fine, è stato scelto, infatti, di non comprendere nella neonata Doc, secondo disciplinare, i vitigni maggiormente caratterizzanti alcune aree geografiche dell'estremo Nord-Est d'Italia. Sul fronte commerciale, inoltre, sono quelle della vendemmia 2016 le prime bottiglie lanciate dalla Doc Friuli che, attualmente, conta su un potenziale di quasi 103mila quintali di uva per una resa superiore ai 75mila ettolitri di vino (10 milioni di bottiglie). Di questi, più di 25mila sono stati certificati ed oltre 8mila già imbottigliati. Un progetto decisamente ben avviato, dove previsioni, dati numerici ed obiettivi futuri trovano un appiglio visivo in un logo dal forte appeal e dai molteplici riferimenti: onde sinuose di diversi colori si congiungono a delineare un unicum di armoniosa eleganza, la cui figura richiama un calice nel classico moto rotatorio innescato dalla mano del sommelier. Come le molteplici componenti di un vino ne determinano l'essenza, così le varietà di territori, tradizioni e tipologie enoiche incarnano il cuore pulsante della zona rappresentata dalla Doc. •

Ronchi di Manzano
dove la gioia battezza il vino

Sapete come si dice 'felice' in friulano? Ellégri. Ed Ellégri è anche il nome del vino creato da Roberta Borghese e le figlie Lisa e Nicole, un bianco che evoca l'immagine della donna gioiosa. Un simbolo non casuale per Ronchi di Manzano, in cui una madre e due figlie smentiscono l'appannaggio maschile del mondo del vino. Il tocco femminile è tradotto in vini forti, equilibrati, sensuali, che l'azienda friulana raccoglie in due linee: i Classici (Merlot, Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon e Refosco dal Peduncolo Rosso, Pinot Grigio, Pinot Grigio Ramato, Friulano, Chardonnay e Sauvignon) e Cru (Braûros Rosazzo Rosso, Ronc di Subule Merlot e Pignolo di Rosazzo, Ellégri Bianco, Ribolla Gialla di Rosazzo, Rosazzo Docg, Verduzzo Friulano e Picolit Docg). Una produzione annuale di 200mila bottiglie distribuita metà in Italia e metà tra Australia, Austria, Belgio, Brasile, Canada, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Norvegia, Paesi Bassi, Polonia, Stati Uniti, Svezia, Svizzera. Ma Roberta, Lisa e Nicole hanno già in programma di toccare anche America, Gran Bretagna, paesi dell'Est e Cina. Nel frattempo cercatele al prossimo Vinexpo - Bordeaux, **Hall 1- DE108** • (b.a.).

Un'azienda a conduzione femminile, dove un vino, Ellégri, è simbolo di entusiasmo e amore per la terra

AZIENDA AGRICOLA RONCHI DI MANZANO SNC
Via Orsaria 42
33044 Manzano (UD)
Tel. 0432 740 718Fax 0432 75 14 56
www.ronchidimanzano.com
info@ronchidimanzano.com

Ronchi di Manzano, where joy gives its name to the wine

A winery run by women produces a wine that represents their enthusiasm and love fort he land: Ellégri

Do you know what Ellégri means in the dialect of Friuli? "Happy"! And Ellégri is the name of a wine created by Roberta Borghese and her daughters Lisa and Nicole, a white wine that represents a joyful woman. It's not a chance if Ronchi di Manzano produces it: it's a winery where a mother and her two daughters demonstrate that winemaking is not only a matter for men. Their feminine touch takes shape in strong well-balanced and sensual wines proposed in two lines: Classici (Merlot, Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon and Refosco dal Peduncolo Rosso, Pinot Grigio, Pinot Grigio Ramato, Friulano, Chardonnay and Sauvignon) and Cru (Braûros Rosazzo Rosso, Ronc di Subule Merlot and Pignolo di Rosazzo, Ellégri Bianco, Ribolla Gialla di Rosazzo, Rosazzo Docg, Verduzzo Friulano and Picolit Docg). The winery produces every year about 200,000 bottles distributed half in Italy and half abroad, Australia, Austria, Belgium, Brazil, Canada, Denmark, Finland, France, Germany, Norway, Netherland, Poland, USA, Sweden, Switzerland. Roberta, Lisa and Nicole project to reach South America, UK, the Far East and China too. In the meantime, meet them at next Vinexpo - Bordeaux, ***Hall 1- DE108.*** •

DI CLAUDIA CATALDO

La Sicilia e l'arrivo di Angelo Gaja

La Sicilia del vino va forte, lo sappiamo. A confermarlo è proprio il signore del vino (del Barbaresco, in particolare) Angelo Gaja che sbarca sull'isola e scommette sull'Etna, acquistando alcuni vigneti insieme al produttore siciliano Alberto Graci.

Perché ha scelto di investire e scommettere proprio sul territorio siciliano dell'Etna?

"È la montagna/vulcano più alta d'Europa. A parlarmene per primo venti anni fa era stato Giacomo Tachis: l'Etna è una montagna viva, che si affaccia al mare. La vite ed il vino amano il respiro del mare, diceva".

Qual è la portata di questo progetto? Quali sono gli obiettivi per il futuro?

"Abbiamo acquistato - in *joint venture* con la famiglia Graci - sul versante Sud-Ovest dell'Etna 21 ettari di terra di cui 11 impiantati a Nerello Mascalese ed una piccola porzione a Carricante.

Il progetto è agli inizi, procederà senza fretta: con il tempo decideremo come svilupparlo".

Perché ha deciso di imbarcarsi in questa avventura in compagnia del produttore Alberto Graci?

"Perché è un giovane produttore con il quale condivido visione e progettualità. Alberto è entusiasta di avviare con me un progetto artigianale, curato nei dettagli e contenuto nella dimensione; ha una approfondita conoscenza della zona, che a me invece manca. Dedica grande energia al lavoro".

In uno scambio di *know how*, a suo avviso, cosa la Sicilia (e l'Etna in particolare) può insegnare ad Angelo Gaja e cosa Angelo Gaja può invece insegnare o lasciare a questo territorio?

"Ho tutto da imparare ed è per questo che ho trovato in Alberto Graci un collega produttore che mi ha consentito di prendere conoscenza di un'area, quella dell'Etna, che mi ha sempre affascinato".

Qual è la sua opinione della viticoltura siciliana?

"Ritengo che la qualità dei vini dell'Etna sia cresciuta costantemente negli ultimi 15 anni arrivando ad ottimi risultati. Ho fiducia che continui a farlo ancora in futuro".

C'è un vino siciliano che ha fatto, più di altri, breccia nel suo cuore?

"Quello prodotto sull'Etna con le uve Nerello Mascalese perché con il suo medio corpo, eleganza mi ricorda i vini realizzati con le varietà Nebbiolo e Sangiovese".•

Parte una nuova avventura enoica che porta la firma Gaja, nel territorio siciliano dell'Etna

ISO 9001

ZEUS S.N.C.
Loc. Pianacci, 13 - 52021 Bucine (Ar)
Tel. 055 9911144 - Fax 055 9911849
info@zeusinox.it
www.zeusinox.it

Azienda certificata UNI EN ISO 9001

dal 1968 in continua evoluzione

COSTRUZIONE SERBATOI E ACCESSORI
ENOLOGICI - OLEARI - FARMACEUTICI - IDRICI - PETROLCHIMICI

SERBATOI TERMO CONDIZIONATI
FOLLONATORI AUTOMATICI
ESTRATTORI DELLE VINACCE
STABILIZZAZIONE TARTARICA
TRASPORTO PALLETTIZZABILI
TRASPORTO SU PIANALE
GASOLIO OMOLOGATI
POZZETTI E CANALINE CON GRIGLIATI TUTTO INOX

ACCESSORI PER CANTINE
DIRASPA-PIGIATRICE PRESSE
IMPIANTI FRIGORIFERI
PIASTRE SCAMBIO TERMICO
IMPIANTI COLMATURA AZOTO
FILTRI IMBOTTIGLIATRICI
TAPPATRICI CAPSULATRICI
ETICHETTATRICI

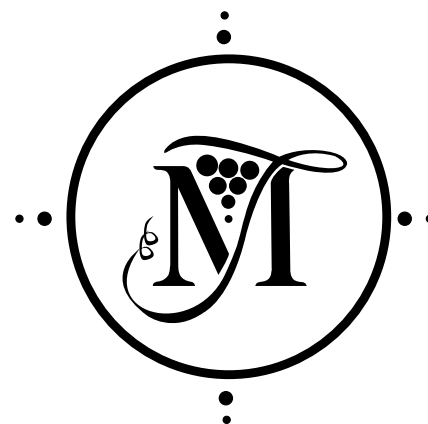
PRESSA IDRAULICA

DI ELISA BERTI

In Maremma è tempo di *sostenibilità*

Edoardo Donato, Presidente del Consorzio Vini Maremma, ci parla dei due progetti integrati nel settore vitivinicolo

È la sostenibilità il tema al centro delle politiche agricole della Maremma. Il Presidente **Edoardo Donato** ne è uno strenuo sostenitore, insieme Il Consorzio Tutela Vini della Maremma Toscana, che è da sempre in prima linea quale promotore dei valori ecosostenibili del territorio.

Due progetti ed il comune denominatore della sostenibilità. Può spiegarci meglio in cosa consistono?
"Il nostro territorio è caratterizzato da bassa densità abitativa, minimo impatto industriale e una grande ricchezza naturalistica. Grazie al finanziamento della Regione Toscana, si stanno attuando due progetti integrati di filiera nel settore vitivinicolo che coinvolgono un numero importante di produttori. Il progetto "Innovazione, Valorizzazione e ottimizzazione della filiera vitivinicola dell'area sud della Provincia di Grosseto" prevede lo studio dell'applicazione dell'ozono nei trattamenti nel vigneto e nella vinificazione, l'utilizzo di microsensori e droni nei vigneti per valutare puntualmente le esigenze fitosanitarie. Il progetto "Maremma Terre di Vini" prevede una certificazione di sostenibilità che risponderà a una serie di parametri ben misurabili: biodiversità, consumi, impronta carbonica, gestione fitosanitaria, ma anche interazione con le comunità locali e quindi impatto sociale delle aziende".

Cosa fa il Consorzio per farsi portavoce dei progetti sostenibili?
"Il Consorzio segue con interesse non solo questi due progetti, ma anche le molte aziende che si stanno muovendo sulla stessa linea adottando pratiche agronomiche sostenibili come l'impiego degli insetti utili, strumenti per l'agricoltura di precisione, corridoi ecologici per preservare la biodiversità, la conduzione biologica e biodinamica".

Edoardo Donato, Presidente del Consorzio Vini Maremma

GELO IN TOSCANA

Tra il 18 e il 21 aprile scorsi un'ondata di freddo proveniente dal nord Europa si è abbattuta su tutta Italia causando danni importanti a tutte le culture agricole.
Le temperature miti del mese di marzo hanno prodotto un avanzato sviluppo dei germogli che ha reso più grave il danno del gelo. Federdoc e le altre associazioni di settore stanno completando il conto dei danni e valutando eventuali misure da adottare soprattutto per le denominazioni più colpite.
Anche la Toscana, seppur in modo disomogeneo, è stata duramente colpita in particolare nel fondovalle; in Maremma il fenomeno è stato più contenuto, i danni non sono diffusi e i vigneti risultano colpiti in maniera disomogenea, a macchia di leopardo.
Resta comunque da valutare la risposta vegetativa che ha subito un rallentamento.

E' di pochi giorni fa la dichiarazione del Presidente di Coldiretti Grosseto Marco Bruni"Se questi progetti non possono costituire con la specifica sintesi occasioni di tutela da un lato e di sviluppo concreto di sostenibilità dall'altro, non potremo trovare il giudizio positivo della nostra base sociale". Il Consorzio come si pone di fronte a queste parole?

"Il riferimento è ai progetti di sviluppo rurale legati alla geotermia e Coldiretti, come le altre associazioni di categoria, pone l'attenzione sull'importanza, condivisa anche dal Consorzio, di valutare le opportunità di sviluppo in un'ottica sinergica e coerente con i valori che nel tempo il territorio della Maremma è riuscito a conquistare con eccellenze nei settori agroalimentari e con il potenziale turistico".•

E' Rossano Teglielli il nuovo presidente del Consorzio del Morellino di Scansano; Teglielli, classe 1955, è anche il proprietario dell'azienda agricola Ghiaccio Forte (da 20 anni in regime biologico.
Ad affiancarlo ci saranno i due vicepresidenti Giuseppe e Alessandro Fiorini.
"Durante il mio mandato intendo stimolare l'intero Cda a sviluppare le singole specificità e attitudini che ogni membro del consiglio può portare a favore dell'intero Consorzio e soprattutto dell'intera denominazione. Vorrei veramente che tutti i soci (ma anche i non soci visto il ruolo erga omnes del Consorzio) sia quelli più piccoli che quelli più grandi si sentano rappresentati appieno dal nostro ente. Vorrei pertanto mirare all'obiettivo di rendere il Consorzio un ente di servizio, prima di tutto, per migliorare la coesione e la fiducia delle singole aziende socie nei suoi confronti" ha dichiarato il neo Presidente.

DI GIULIA MONTEMAGGI

La *sostenibilità* *è di casa* in **Trentino**

Per la serie "seminare bene per raccogliere meglio", non esiste esempio più azzeccato della viticoltura trentina e del suo costante impegno verso la sostenibilità. Un impegno capillare e sentito che, perseguito con il massimo rigore da un pool di 2.361 vignaioli coordinati dal Consorzio Vini del Trentino, ha portato alla tanto agognata certificazione Sqnpi per la produzione 2016. Rilasciato dal Csqa Certificazioni e riconosciuto anche a livello comunitario, il Sqnpi è un sistema di qualità volto a valorizzare le produzioni agricole vegetali ottenute in conformità ai disciplinari regionali di produzione integrata. Si parla dunque di un importante traguardo. Ma c'è di più. Sì, perché la piccola Ape Maia del logo della produzione integrata ha valso al Trentino, prima realtà territoriale ad ottenere la certificazione, un altro non trascurabile record. È la prima volta, infatti, che la corsa alla certificazione vede una tanto nutrita partecipazione di agricoltori sotto la guida di un'unica entità consortile. A ciò si aggiunge l'impeccabile lavoro di squadra tra Consorzio, Cantine, viticoltori, istituzioni nazionali e locali. Risultati notevoli, che costituiscono lo step iniziale di un progetto più ampio, finalizzato a sviluppare un'agricoltura attenta alla salubrità ed alla sostenibilità globale della produzione vitivinicola trentina. Un incessante divenire di migliorie e progressi che, proiettato al futuro, rimane però saldamente ancorato ai bisogni dell'agricoltore, del consumatore e del territorio. Per il 2017 è previsto un incremento di aziende aderenti al sistema, con le cantine che, dopo l'uva da vino, potranno conseguire la certificazione anche per il vino.•

La produzione regionale 2016 ha ottenuto la certificazione Sqnpi. E' la prima realtà territoriale a centrare l'importante traguardo

Bellaveder: vini monovarietali, franchi, territoriali

Un territorio incantevole fa da cornice ai successi di una famiglia proiettata al futuro ma ben ancorata alla propria storia

Subito a monte del delizioso paese di San Michele all'Adige, sul conoide di Faedo, si staglia un'accogliente oasi di genuina qualità: l'Azienda Agricola Bellaveder. Gestita dalla famiglia Luchetta, questa realtà dallo spirito giovane e dinamico presenta, nel contempo, un sostrato storico: la vecchia casa padronale è menzionata la prima volta come Mansum Bellaveder in una bolla episcopale del 1767. Acquistato negli anni Sessanta dal Dott. Mario Seppi con i primi 3 ettari di vigneto, il maso ha visto, negli anni, aumentare la superficie di altri 5 ettari. Ad oggi, con una moderna cantina interrata realizzata nel 2003 e la conduzione del genero di Seppi, Tranquillo Luchetta, Bellaveder è di fatto un connubio perfetto di tradizione ed avanguardia, dove passato, presente e futuro coesistono armoniosamente. Un luogo in cui la tecnologia è relegata ad un ruolo da comprimaria rispetto alla più pura ed autentica artigianalità. Oggi Bellaveder è composta da Maso Belvedere e Vigneto San Lorenz (a 600m di altezza in Valle dei Laghi, sopra il paese di Cavedine), due realtà viticole che beneficiano di eccellenti condizioni climatico-territoriali, supporto imprescindibile alla conduzione biologica (certificata). I terreni argillo-calcarei di origine werfeniana, l'esposizione a Sud-Sud-Ovest, la costante ventilazione e le profonde escursioni termiche creano l'ambiente perfetto per la valorizzazione di varietà sia a bacca bianca, quali Chardonnay, Traminer Aromatico, Pinot Bianco, Sauvignon, che rossa, come Lagrein, Teroldego e Pinot Nero. Una produzione importante, che si propone come amorevole inno al territorio e al profondo vincolo che da sempre lega Bellaveder a questa zona di straordinaria tradizione vitivinicola. Tra questi svetta il Trentodoc Brut Nature Riserva,

prodotto di punta dell'azienda e manifesto della lungimiranza dei Luchetta che, con l'annata 2007, sono stati tra i primi nella denominazione Trentodoc a credere nel dosaggio zero, inteso come rabboccato con "se stesso". Vincitore di numerosi premi e riconoscimenti, tra cui la Medaglia d'oro Gilbert & Gaillard, la Medaglia d'argento al The Champagne & Sparkling Wine World Championships 2016 e la Corona ViniBuoni d'Italia 2017, questo vino è composto al 100% da uve Chardonnay. Di un giallo paglierino la cui intensità richiama le sfumature dell'oro, presenta un perlage di grande finezza e persistenza. Fruttato, regala al naso fragranze speziate e di pane, per poi avvolgere il palato con un gusto piacevolmente fresco e deciso. (g.m.)•

AZIENDA AGRICOLA BELLAVEDER
Loc. Maso Belvedere,
38010 Faedo (TN)
Tel. + 39 0461 650171
Fax. + 39 0461 650171
info@bellaveder.it - www.bellaveder.it

Bellaveder: monovarietal, sincere, territorial wines

A lovely landscape frames the successes of a family that looks towards the future never forgetting its past

Above the lovely village of San Michele all'Adige, on the hills of Faedo, rises a welcoming oasis of genuine quality: Azienda Agricola Bellaveder. Managed by the Luchetta family, this young and dynamic winery has a long story at its back: the ancient manor is quoted for the first time as Mansum Bellaveder in an episcopal document dated 1767. In the 70s, Dr. Mario Seppi bought it with its 3-hectare vineyard and in time, he added 5 hectares more. Nowadays, with its modern underground cellar built in 2003 and Seppi's son-in-law Tranquillo Luchetta's management, Bellaveder combines tradition and modernity. Here past present and future coexist in perfect harmony and technology works in partnership with craftsmanship. Bellaveder is made of Maso Belvedere and Vigneto San Lorenz (600m above the sea level, in Valle dei Laghi, over the village of Cavedine). These two realities enjoy excellent weather and soil conditions that support the organic growing. The clayey-calcareous soils, facing south-south-west, a constant winding and high temperature range creates the ideal environment for the ripening of white and red grape varieties such as, Chardonnay, Traminer Aromatico, Pinot Bianco, Sauvignon, Lagrein, Teroldego and Pinot Nero. This important production express a profound love for its territory and the deep tie that bound Bellaveder to its land. Among the traditional wines proposed there is Trentodoc Brut Nature Riserva, the buttonhole label and the symbol of the Luchetta's far sightedness. With year 2007 they have been among the first winemakers of the Trentodoc denomination who believed in "zero dose" that is a wine topped up with "itself". This wine has received many prized and acknowledgments, such as the gold medal Gilbert & Gaillard, the silver medal at The Champagne & Sparkling Wine World Championships 2016 and Corona ViniBuoni d'Italia 2017. It is made of 100% Chardonnay. Its straw yellow color, whose intensity reminds the nuances of gold, shows a very fine perlage, great finesse and persistence. Its bouquet reveals fruity perfumes and spicy crust bread aromas and it envelops the palate with a fresh and definite taste. •

DI BARBARA AMOROSO

Venissa, *il vino della laguna*

Il vitigno autoctono coltivato in mezzo al mare

Venezia, sublimazione di uomo e natura, mare e architettura: un vedere a cui non ci si abitua, fuori dal tempo. Se a questo quadro si aggiunge la coltivazione di un vigneto, l'immaginazione prende... il largo. Si chiama Dorona l'uva cara ai Dogi coltivata dal VII secolo sull''isola di Mazzorbo, che da sempre sfida l'acqua alta e dà vita al vino Venissa. La Dorona incontra il mare prima della bottiglia, raggiungendo la terra ferma in barca, per essere portata alla cantina-laboratorio dove viene selezionata acino per acino. Una storia singolare a cui si abbina un prodotto in linea? Lo abbiamo chiesto ad **Andrea Galanti**, Miglior Sommelier d'Italia 2015.

"Il Venissa è un progetto nato circa 15 anni fa - spiega - a cura dalla famiglia Bisol che ha recuperato il vigneto autoctono di Venezia, ormai sommerso dalle maree. A questo è stato affiancato uno studio marketing ad hoc, un ristorante importante che gli fa da palcoscenico, Il Venissa, bottiglie dall'etichetta dorata - una foglia d'oro fusa nel vetro numerata manualmente - che insieme costruiscono un mito. Poche bottiglie, circa 4.000 - la superficie del vigneto è di 0,8 ettari - distribuite in modo mirato (il Ristorante Venissa – Venezia, Enoteca Pinchiorri – Firenze, Ristorante Trussardi – Milano, Ristorante La Pergola – Roma, Rosetta Wines - New York, Gordon Ramsay au Trianon – Paris e non solo). Un vino interessante, dall'oggettivo valore qualitativo, generato in un microclima unico - la Dorona cresce a 0 – 1m s.l.m. - amplificato dalla reazione emozionale generata dal fascino della città sull'acqua. Attualmente è sul mercato il 2011: è un vino da attendere". Un bianco nato nella laguna sarebbe naturale pensato accanto a piatti di pesce. "Credo che parlare di abbinamenti sia fugace – conclude Galanti - il vero focus è vivere il piacere che un vino come questo regala".

Zýmē: *l'impronta del vino*

Foto di Stefano Gasparato

Che Celestino Gaspari non sia un produttore "qualunque" lo si capisce subito, fin dalle prime battute.
Vignaiolo di nascita, ha improntato la sua vita al vino e all'etica del vino. Potremmo dire anche "etica della terra", perché da Zýmē, prima ancora che di numeri, percentuali di uvaggi, statistiche sull'export, si sente parlare di rispetto per la pianta, misura, rotazione delle colture, biodiversità.
La filosofia di Celestino, dal '99 - anno in cui nasce Zýmē, dal recupero di un'antica cava d'arenaria a San Pietro in Cariano - non è mai cambiata. Si è anzi arricchita di consapevolezze: la difesa di un giusto prezzo contro i grandi vini della Valpolicella classica "svenduti" negli scaffali della grande distribuzione, la tutela di un territorio che rischia di impoverirsi per l'eccesso di produzione indiscriminata, il valore del piccolo vitigno autoctono mai abbandonato (come l'Oseleta, con bel tannino, acidità fissa ed estratto), la biodiversità come valore imprescindibile.
Non sono molti i produttori capaci di diventare "i custodi del territorio". Lui è uno di quelli, sa quando fermarsi per aspettare e sa come lasciare l'impronta, al pari del suo vino di punta, l'Amarone Riserva "La Mattonara", paradigmatico nel genere. (s.a.)•

La vera ricchezza del vino secondo il vignaiolo indipendente (e illuminato) Celestino Gaspari

AZIENDA AGRICOLA ZÝMĒ
DI CELESTINO GASPARI
Via Ca' del Pipa, 1
37029 San Pietro in Cariano (VR)
Tel. +39 045 7701108
Fax +39 045 6831477
info@zyme.it
www.zyme.it
Facebook: zymewines
Twitter: @zymewines
Instagram: zyme_winery

Zýmē: the sign of wine

The true richness of wine according to the independent (and wise) winegrower Celestino Gaspari

Celestino Gaspari is not an ordinary winegrower and one can see it when he speaks. He has devoted his whole life to the wine and to the ethic of wine. We could call it "an ethic of the land" because at Zýmē they talk more about respect for the vines, measure, crop rotation and biodiversity, than about numbers, percentages and statistics on export. Since 1999 – the year of the foundation of Zýmē, recovering an ancient sandstone cave in San Pietro in Cariano – Celestino's philosophy has not change. In time has been enriched with more consciousness: the defence of a right price against the trend to undersell the great wines of Valpolicella classica on the shelf of the great distribution; the protection of a territory that risks to become impoverished due to an indiscriminate production; the worth of an autochthonous grape variety (such as Oseleta, with its strong tannins and acidity); biodiversity as an essential value.
Not so many producers can become "custodians of the territory". He is one of them, he knows when he has to stop and he is able to leave his footprint. As well as his buttonhole label, Amarone Riserva "La Mattonara", an exemplary wine.

DI STEFANIA ABBATTISTA

Food a Sud: la ricetta del *brand* Puglia

A Lecce, il primo vero summit sulla comunicazione delle eccellenze pugliesi

La Puglia che diventa per due giorni centro nevralgico di una "conversazione sulla comunicazione enogastronomica". Era la speranza di molti produttori, comunicatori e winelovers ed è successo il 12 e 13 maggio scorsi a Lecce, alle Officine Cantelmo, grazie a "**Food a Sud**", rassegna pugliese dal nome evocativo, quest'anno alla sua primissima edizione.
Tra gli ospiti, anche il giornalista e conduttore televisivo Marcello Masi ed Enzo Vizzari, Direttore delle Guide de L'Espresso.
Al termine della due giorni restano molti interventi, un programma fitto e variegato, ma soprattutto lascia il segno il coinvolgimento diretto di quasi duecento studenti delle scuole alberghiere salentine.
Resta anche l'idea, supportata dall'assessore regionale alla Scuola, Sebastiano Leo, che "Food a Sud meriti di diventare un progetto stabile, per il quale istituire una cabina di regia, perché la formazione nel comunicare l'enogastronomia è fondamentale per una regione di eccellenze quale è la Puglia".
Rosaria Bianco, Leda Cesari e Francesca Sozzo sono le tre giornaliste che hanno ideato la rassegna. Se si chiede loro a che punto è la comunicazione del vino nel "tacco d'Italia", rispondono con obiettività: "Abbiamo eccellenze e buchi neri: ci sono aziende che hanno compreso il valore del saper comunicare, ma qualcuno ancora pensa di poter affidare l'ufficio stampa alla nipote che aveva 7 in italiano o al dipendente che scribacchia. Vogliono risparmiare e non hanno compreso bene l'importanza di stare sul mercato ben visibili".

Da sinistra: Giuseppe Baldassarre, Massimiliano Apollonio, Rosaria Bianco, Francesca Sozzo, Leda Cesari, Loredana di Cuonzo, Enzo Vizzari, Loris Coppola

Da un punto di vista istituzionale, invece, va molto meglio: "Con la rinascita dell'agricoltura anche ad opera dell'ex assessore alle politiche agricole Dario Stefàno, è arrivata una nuova consapevolezza e, a ruota, eventi come il Concorso nazionale dei rosati".
Tante voci per comporre il brand Puglia, diverse tessere di un puzzle ancora in parte in costruzione: agricoltura di qualità, paesaggio, prodotti tipici, perché, comunque, "il sole e il mare non sono più sufficienti da soli".
"Alcune cantine illuminate - proseguono le giornaliste - si stanno già dando da fare: pensiamo ad esempi brillanti come Claudio Quarta, Apollonio, De Castris; in Puglia, come nel resto del Paese, c'è anche molta attesa per il ddl sull'enoturismo, redatto e presentato proprio da Stefàno e ora in discussione in Parlamento. In sintonia con le finalità del Testo Unico della vite e del vino, anche il nuovo disegno di legge potrà fare chiarezza su molti aspetti, a cominciare da quello fiscale, passando per la specifica segnaletica stradale, fino ad una certificazione di qualità dell'accoglienza".
Il boom turistico del Salento negli ultimi anni parla chiaro, l'entusiasmo c'è e - alla vigilia di un'altra estate - si cavalca volentieri: "L'importante è non sentirsi mai arrivati, perché il turista, si sa, ci mette poco a cambiare strada". •

(di Lorenzo Bianciardi - lorenzo@igrandivini.com)

Le ricette della signora Toku: l'ascolto delle "piccole cose"

È tratta dal romanzo *An* di Durian Sukegawa la storia che Naomi Kawase ha raccontato nel film *Le ricette della signora Toku* (あん, 2015). L'An del titolo originale significa "pasta di fagioli dolce" ed è l'ingrediente fondamentale che rende deliziosi i tipici dolci giapponesi "dorayaki", pancake farciti di marmellata di fagioli rossi.

Non così allettanti sono quelli preparati nel negozio di Sentaro, chef "improvvisato" che cerca di guadagnarsi da vivere in un chioschetto ai bordi della strada. Quanti personaggi abbiamo sentito, su questa rubrica, riempirsi la bocca di figure retoriche che accostano il termine "cibo" al "sentimento"? Mai come in questo caso, però, sono da prendere sul serio le parole della signora Toku che entrerà ben presto in scena, proponendosi come aiuto chef di Sentaro: «L'*an* va preparata con il cuore». Perché la protagonista, dall'alto dei suoi 76 anni, è un esempio di passione per la cucina e per la vita, a cui è attaccata come le radici di una quercia. Così la sua marmellata di fagioli rossi già al primo assaggio con le dita convincerà il "principale", perché quella che la signora Toku confeziona con le sue mani da oltre cinquant'anni è veramente diversa. Sa di vita, di emozioni, di ascolto: «Quando io preparo la marmellata *an*», svela, «tendo sempre l'orecchio ad ascoltare quello che i fagioli hanno da dirmi, cerco di immaginare tutto quello che hanno vissuto: i loro giorni di pioggia e i giorni di sole. Portati dal vento, sono arrivati fino a noi. Ascolto il racconto del loro viaggio. Sì, bisogna ascoltarli. Tutto quello che esiste nel mondo possiede il suo linguaggio».

Come nel primo appuntamento di una coppia di sconosciuti, i fagioli devono fare conoscenza a piccoli passi con lo zucchero. Per questo non devono essere cotti subito, sarebbe una mancanza di rispetto nei loro confronti. Le "ricette" del titolo non richiamano soltanto i preziosi consigli di Toku in cucina, ma finiscono per rappresentare insegnamenti semplici da trasportare nella vita quotidiana. L'attenzione ai dettagli, *in primis*, come l'odore del vapore che cambia, salendo dalla pentola; il profumo e i colori dei ciliegi in fiore; il filo d'acqua che accarezza la padella e porta via la schiuma amara; i movimenti dolci con cui mescolare senza frenesia; e poi i fagioli da "accogliere" nel modo giusto, perché «si sono disturbati ad arrivare da noi, dalla terra in cui erano».

Tutto richiama quella sana curiosità che riempie gli occhi dei ragazzi (non a caso la terza protagonista della storia è Wakana, una studentessa adolescente) e che, in un crescendo, culminerà nella lettera di commiato della signora Toku, vero e proprio inno all'ascolto: «Noi siamo nati per osservare e ascoltare questo mondo; è solo così che, anche senza riuscire nella vita, (…) possiamo davvero trovare un senso alla nostra esistenza». Un senso che i tre personaggi cercheranno dall'inizio alla fine, in un percorso impresso nelle pieghe malinconiche dei loro volti. Saranno soprattutto i tratti del viso della signora Toku a segnalare una storia di sofferenza alle spalle; e ancor di più quelle mani segnate da un passato che pian piano andremo a scoprire. Come nuvole nel vento, non resta che lasciarsi trasportare dai racconti dell'anziana protagonista, per affrontare con lei il dolore della diversità e della segregazione. Senza perdere però la poesia che è dentro le piccole cose. Come quella che Toku sentirà sussurrare dalla luna piena: «Volevo che tu mi guardassi. È solo per questo che brillo».•

Giugno 2017

9-11 GIUGNO

WINEXPO GEORGIA
Tbilisi (Georgia)
winexpo.ge

16-18 GIUGNO

CHINA'S INTERNATIONAL
WINE AND SPIRITS EXHIBITION 2017
Guangzhou (Cina)
www.yfzlw.com

18-21 GIUGNO

VINEXPO BORDEAUX
Bordeaux
www.vinexpobordeaux.com

22-23 GIUGNO

ENOVITIS 2017
Verona
www.enovitis.it

Luglio 2017

8-10 LUGLIO

BĚIJĪNG
INTERNATIONAL
IMPORT FOOD EXPO
Běijīng
www.cipfe.com

15-18 LUGLIO

CULTIVATE
Columbus (U.S.A)
cultivate17.org

19-21 LUGLIO

SHANGHAI
INTERNATIONAL WINEXPO
Shanghai
www.winefair.com.cn

Agosto 2017

1-11 AGOSTO

FOIRE AUX VINS D'ALSACE
Colmar (Francia)
www.foire-colmar.com

9-11 AGOSTO

MIFB, MALAYSIAN INTERNATIONAL
FOOD & BEVERAGE TRADE FAIR 2017
Kuala Lumpur (Malaysia)
mifb.com.my

Settembre 2017

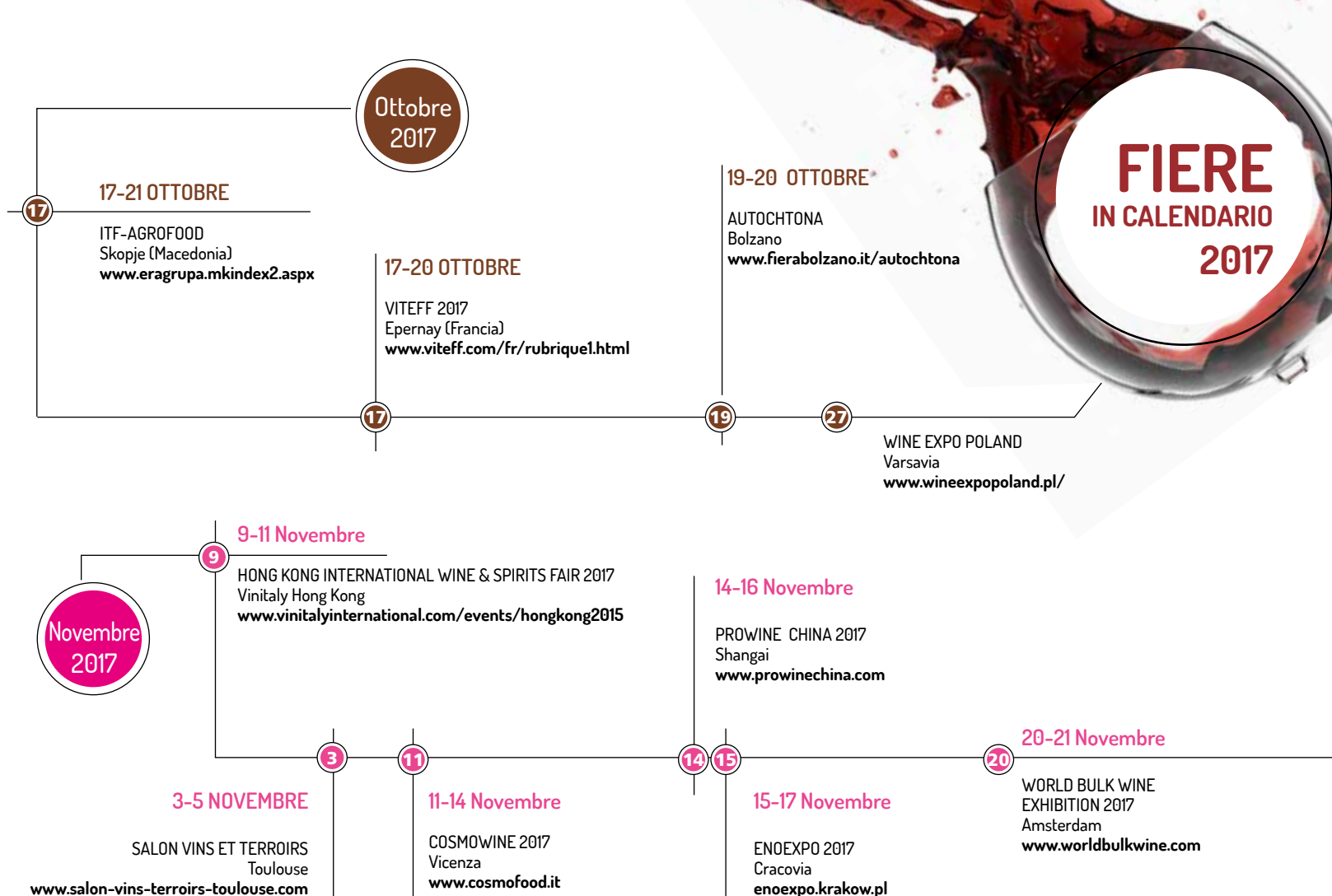
2-10 SETTEMBRE

FIERA MILLENARIA DI GONZAGA
Gonzaga
www.fieramillenaria.it

11-15 SETTEMBRE

SIMEI@DRINKTEC
MONACO 2017
Monaco
www.simei.it

22-24 SETTEMBRE

LE SALSAMENTARIE
Bologna
www.facebook.com/salsamentarie

FIERE IN CALENDARIO 2017

Ottobre 2017

17-21 OTTOBRE
ITF-AGROFOOD
Skopje (Macedonia)
www.eragrupa.mkindex2.aspx

17-20 OTTOBRE
VITEFF 2017
Epernay (Francia)
www.viteff.com/fr/rubrique1.html

19-20 OTTOBRE
AUTOCHTONA
Bolzano
www.fierabolzano.it/autochtona

27
WINE EXPO POLAND
Varsavia
www.wineexpopoland.pl/

Novembre 2017

3-5 NOVEMBRE
SALON VINS ET TERROIRS
Toulouse
www.salon-vins-terroirs-toulouse.com

9-11 Novembre
HONG KONG INTERNATIONAL WINE & SPIRITS FAIR 2017
Vinitaly Hong Kong
www.vinitalyinternational.com/events/hongkong2015

11-14 Novembre
COSMOWINE 2017
Vicenza
www.cosmofood.it

14-16 Novembre
PROWINE CHINA 2017
Shangai
www.prowinechina.com

15-17 Novembre
ENOEXPO 2017
Cracovia
enoexpo.krakow.pl

20-21 Novembre
WORLD BULK WINE EXHIBITION 2017
Amsterdam
www.worldbulkwine.com

CALICI DI STELLE 2017

Tutta Italia, 3 - 14 agosto 2017

Il 10 agosto di ogni anno, la notte di San Lorenzo, nelle piazze e nelle cantine italiane gli enoappassionati sono protagonisti del brindisi più atteso dell'estate.
Movimento Turismo del Vino e Città del Vino, l'associazione dei comuni vitivinicoli d'Italia, si uniscono per dare vita ad un evento che si sviluppa con una miriade di appuntamenti, dalla Val d'Aosta alla Sicilia. Vino e offerta culturale, insieme alla magia dei territori sotto le stelle, sono l'abbinamento vincente della manifestazione, in una formula che unisce la filosofia del buon bere a eventi, spettacoli, design e arte.

www.movimentoturismovino.it

#EATMANTUA

Mantova, da giugno a settembre 2017

Da giugno a settembre, il progetto #EATMANTUA a Palazzo Te farà rivivere l'atmosfera di convivialità che attirò alla corte rinascimentale dei Gonzaga artisti e intellettuali da tutta Europa. Divenuto oggi spazio pubblico, Palazzo Te sarà sede di un convivio contemporaneo in cui il cibo e i gesti della sua preparazione saranno al centro di un rituale sociale più ampio. Tanti eventi animeranno l'estate mantovana : l'iniziativa è parte integrante del cartellone di eventi speciali dedicati a Eas(s)t Lombardy, European Region of Gastronomy. Il prestigioso riconoscimento internazionale è all'origine di un fitto programma di valorizzazione del ricco patrimonio fatto di materie prime eccellenti e ristorazione di qualità della Lombardia Orientale costituita dalle terre comprese fra Bergamo, Brescia, Cremona e Mantova.
www.mantova2017.it

WARDAGARDA

Lago di Garda, 17 - 18 giugno 2017

Sabato 17 e domenica 18 giugno due giorni dedicati all'Olio Extravergine nelle sue declinazioni e nei suoi abbinamenti gastronomici organizzati proprio nel cuore della produzione del Garda Dop tra gli uliveti dell'entroterra gardesano. Nella centralissima Corte Torcolo, sede anche del Consorzio di Tutela, un ricco programma di eventi con laboratori per imparare a degustare e abbinare l'olio, showcooking, escursioni, mostra d'arte, mercatino dei prodotti Dop, cucina del territorio e musica dal vivo.

www.wardagarda.it

WORLD OF FOOD INDIA 2017

Mumbai, India, 14 – 16 settembre 2017

La prossima edizione – la dodicesima – di Annapoorna World of Food India sarà organizzata al centro espositivo al Bombay Exhibition Centre di Mumbai il prossimo settembre. L'evento si propone come una piattaforma B2B per il mercato indiano del food and beverage, firmato da Koelnmesse YA Tradefair Pvt Ltd e Federation of Indian Chamber of Commerce and Industry (FICCI). Si tratta di uno degli appuntamenti più importanti per il trade enogastronomico in India e dei Paesi vicini che ogni hanno richiama numerosi buyer da tutto il mondo.

www.worldoffoodindia.com

CHAMPAGNE EXPERIENCE

Modena, 8 – 9 ottobre 2017

Sarà a Modena, domenica 8 e lunedì 9 ottobre 2017 la prima edizione di Champagne Experience, la più grande manifestazione italiana dedicata esclusivamente allo Champagne, promossa e organizzata da Club Excellence. Sarà l'occasione per degustare i prodotti di almeno 90 prestigiose Maison – tra le quali Louis Roederer, Bollinger, Bruno Paillard, Jacquesson, Mailly Grand Cru, Thiénot, Palmer & Co, Pannier, Encry, Paul 2 Bara, Bérêche & Fils, Marguet, Larmandier-Bernier – ma anche per incontrare gli stessi produttori di Champagne che saranno presenti nel corso della "due giorni" modenese. Non mancheranno le Master Class, con verticali e degustazioni dedicate alla conoscenza di Champagne d'eccellenza, ad annate speciali e a territori di produzione.
www.clubexcellence.it

AUTOCHTONA

Bolzano, 16 – 17 ottobre 2017

Appuntamento con i vini autoctoni. Una vetrina in grado di esaltare le tipicità dei vini provenienti da vitigni unici o rari della ricca tradizione italiana.
Nel cuore dell'Alto Adige, dove la cultura enologica è tra le più antiche d'Europa, Autochtona accende i riflettori sulle denominazioni più note così come su quelle meno conosciute del grande patrimonio vitivinicolo italiano.
www.fierabolzano.it/autochtona

VERONA THE CITY OF WINE
13, 14, 15 OTTOBRE 2017

HOSTARIA

Verona, 13 – 15 ottobre 2017

"Hostaria" nasce per esprimere il concetto popolare di ospitalità legata alla degustazione dei vini. Evoca luoghi di incontro, convivialità, divertimento e libertà comunicativa. Attraverso un percorso lungo 3 chilometri all'interno del centro storico di Verona il pubblico partecipante diventa il protagonista attivo della festa degustando i vini proposti dalle cantine presenti e fermandosi nelle "sbecolerie" delle eccellenze gastronomiche veronesi dislocate nell'itinerario della festa.
Ad Hostaria aderiscono cento ristoranti e osterie del centro storico e della provincia di Verona che prepareranno speciali menù tipici ispirati all'idea del Festival.
www.hostariaverona.com

ESTATE A BOLZANO

Bolzano, estate 2017

L'estate a Bolzano si trasforma in numerose attività legate alla produzione vitivinicola. Tra le altre, Vino & Bici, una tranquilla pedalata, alla portata di tutti, lungo la ciclabile della Strada del Vino dell'Alto Adige – la più antica strada del vino d'Italia, in un percorso tra natura e cultura.
Al termine, degustazione dei migliori vini della produzione locale. L'appuntamento si ripeterà nelle giornate del 13 giugno, 11 luglio, 8 agosto e 12 settembre.
Stuzzicante anche la proposta di Vino Safari, in programma, nel periodo estivo, il 9 giugno, 7 luglio, 4 agosto e 1° settembre, con la possibilità di passare una giornata alla scoperta del meglio dell'enologia altoatesina, tra cantine, passeggiate tra i vigneti e pranzo con menu degustazione. Richiesta la prenotazione all'Associazione Strada del Vino dell'Alto Adige, tel. +39 0471/860 659.
Infine il 10 agosto a Bolzano, lungo la suggestiva Via dei Portici, torna Calici di Stelle, abbinata alla "magica" notte di San Lorenzo (dalle ore 18 alle 24). Una full immersion nella cultura vitivinicola bolzanina, di antica e consolidata tradizione, con la possibilità di degustare prodotti di grande qualità negli stand delle numerose cantine cittadine.
www.bolzano-bozen.it

NewsBio & Green

di Marina Ciancaglini

Biodinamica e vino naturale *un possibile punto di incontro?*

Un meeting informale dove si sono riuniti alcuni dei principali attori che animano la discussione sull'argomento

Lo scorso 25 maggio, Sequerciani, una giovane azienda biodinamica a Gavorrano, sulle colline maremmane, è stata la regista – grazie al titolare Ruedi Gerber - di un incontro importante, che può essere un primo tassello per iniziare a mettere ordine nel complicato dualismo tra la biodinamica e, l'ancora in via definizione, mondo dei vini naturali. Possono essere due strade capaci di incontrarsi?

La giornata è stata informale ma ha chiamato in causa alcuni protagonisti che da anni animano la discussione: **Isabelle Lageron**, Master of Wine francese e ideatrice di Raw Wine, fiera internazionale sui vini naturali; **Alois Lageder**, Presidente di **Demeter Italia**; **Angiolino Maule**, Presidente di **VinNatur**; **Angelo Gentili**, della Segreteria Nazionale di **Legambiente**; **Paola Pozzoli**, in rappresentanza di **Eataly**; infine **Giampaolo Gravina**, giornalista e scrittore che da anni guarda con attenzione il mondo dei vini naturali, in veste di moderatore dell'incontro. Alois Lageder ha espresso la sua volontà di far diventare Demeter un organo non solo di controllo ma anche di formazione, attraverso dei "tutor" che affiancheranno gli agricoltori in conversione. Un punto di vista più internazionale è stato portato in dote da Isabelle Legeron che, con Raw Wine, ha voluto dare voce alle piccole cantine artigianali, naturali, biologiche, biodinamiche che ricorrono ad un basso intervento nei processi di vinificazione e adesso si fa portatrice di una richiesta di maggiore chiarezza nei termini e di un disciplinare comune. Maule, con VinNatur, da anni, si sta concentrando sul concetto della fertilità del suolo e di ricerca con le università e ha portato all'elaborazione di un disciplinare che adesso si deve perfezionare sul piano controlli, cercando la collaborazione degli enti certificatori. Angelo Gentili ha parlato di un ambientalismo scientifico e, a fronte di una maggiore consapevolezza del consumatore, auspica un protocollo che stabilisca delle norme, con annesso un processo di verifica. E sempre di chiarezza per il consumatore ha parlato Paola Pozzoli che, con Eataly, ha lanciato il progetto Vivaio Eataly, un'enoteca dedicata proprio a cantine piccole e giovani, molte di queste sono biologiche, biodinamiche, artigianali; il mercato richiede lo storytelling ma anche delle informazioni precise, come ad esempio il contenuto di solforosa. L'auspicio è che questo possa essere il primo di una serie in incontri per arrivare a un punto comune, che sembra avere un proprio importante nucleo sotto tre concetti principali, richiamati da tutte le parti: formazione, ricerca e trasparenza. •

NOMINE

IL PROSECCO DOCG SCEGLIE LA CONTINUITÀ

Innocente Nardi ancora alla guida del Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg

Innocente Nardi è stato riconfermato Presidente del Consorzio di Tutela del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore Docg. I sei anni di lavoro assieme al team del Consiglio di Amministrazione del Consorzio di Tutela lo hanno ribadito a pieno titolo alla guida di una squadra che ha conseguito ottimi risultati per la Denominazione e per la valorizzazione del territorio. Tra gli obiettivi raggiunti, va sottolineato il perfezionamento del protocollo Viticolo, strumento fondamentale per la sostenibilità ambientale. "Continueremo a impegnarci nel coinvolgimento sempre più assiduo dei soci, sia per migliorare le attività del Consorzio sia per renderci sempre più protagonisti nel nostro territorio" afferma Innocente Nardi. Lo stesso Consiglio di Amministrazione è stato riconfermato quasi interamente: a partire dai vicepresidenti Valerio Fuson, direttore tecnico di Villa Sandi e Giuseppe Collatuzzo, rappresentante della Cantina Sociale di Conegliano e Vittorio Veneto.•

TERRITORI

ALTA LANGA, IL METODO CLASSICO PIEMONTESE

In quattro anni, dal 2012 al 2016, crescita boom del 48%

Una denominazione che racchiude un territorio vastissimo: ben 146 comuni, rientranti nei principali distretti viticoli del Sud del Piemonte. Pur essendo un'area dall'immenso potenziale agricolo, osservando le estensioni, il numero di ettari vitati dichiarati è ancora piuttosto esiguo: poco più di 110, con previsioni che descrivono un raddoppio nel breve periodo. Un progetto ancora giovane: la Doc è stata riconosciuta nel 2002 e la Docg nel 2011. Inoltre, è molto stringente la selezione dei terreni, esclusivamente collinari e con un'altitudine non inferiore ai 250 metri. Le uve atte alla produzione di questo spumante, dal tradizionale metodo transalpino, sono le varietà internazionali Pinot Nero e Chardonnay (90%). Alla presidenza del Consorzio di Tutela Alta Langa c'è Giulio Bava, sostenitore convinto delle potenzialità di queste bollicine: "Intraprendere una strada simile significa fare investimenti importanti: piantare una vigna per produrre Alta Langa oggi, vuol dire scommettere in un vino che non sarà pronto prima di sei anni". La crescita però è evidente: nel 2012 si registrano 5.800 quintali di uva, circa mezzo milione di bottiglie; il millesimo 2016, invece, 760.000 bottiglie, da 8.850 quintali di uva. (e.s.t.)•

di Chiara Martinelli

START UP

BIRRA EBERS

Dalla Puglia un esempio d innovazione glocal

Michele Solimando nominato tra i primi cinque Birrai Emergenti dell'Anno in Italia, è un agronomo che ha fondato il suo progetto nel 2014 trasformandolo oggi in un birrificio che ha sede a Foggia, assieme all'amico e collega Luigi Nardella. E' Birra Ebers, un esempio di start up originale che ha portato l'innovazione nel campo dell'eccellenza enogastronomica italiana. "Ho cominciato a lavorare come agronomo libero professionista e poi come dipendente di un locale Consorzio di Bonifica non perdendo mai di vista l'obiettivo birrificio, sia con produzione di birre in casa sia con una formazione post-laurea al Cerb di Perugia, come mastro birrario, e presso la Doemens Academy di Monaco di Baviera, come biersommelier". Il birrificio emergente è un esempio d'impresa innovativa che vuol essere un link per le future collaborazioni con enti di ricerca. La sperimentazione legata agli ingredienti della birra, cereali, luppoli e lieviti è un modo per dar spazio a stili differenti e reinterpretazioni di antiche ricette dei mastri birrai. Tutto ciò utilizzando le materie prime del territorio, in primis quelle locali (orzo, grani, avena, segale, farro) insieme alle spezie e frutta locali. Da questi concetti base nascono la

Bianca e la Bionda del Gargano, di produzione stagionale, nelle quali vengono aggiunte scorze e fiori d'arancio raccolti sul territorio". Le birre classiche a marchio Ebers sono 7, chiare e scure e a diversa gradazione alcolica. "Al momento – racconta Michele - ci ispiriamo alla tradizione belga, ma anche anglosassone e statunitense. Uscirà per Ebers una "kellerbeer", birra ispirata alla più pura tradizione della Franconia. •

APPUNTAMENTI

FERMENTAZIONI 2017

Birra, food, kids e design: dal 9 all'11 giugno

Fermentazioni, il festival dedicato alla birra artigianale, torna in scena con la sua quinta edizione presso il Guido Reni District di Roma dal 9 al 11 giugno. Sono 3 le coordinate principali di Fermentazioni a detta degli organizzatori "beer, food and kids. -"Ogni area tematica è ben sviluppata e rappresenta la nostra visione di un evento che come ogni anno punta si il suo focus sulla birra artigianale ma vuole essere un luogo dedicato a uomini, donne e bambini." Saranno 30 i birrifici presenti, provenienti da tutta Italia, da quelli consolidati alle realtà emergenti e innovative. Alla base di Fermentazioni c'è volontà di sviluppare una conoscenza consapevole sull'argomento attraverso laboratori tematici in cui scoprire i migliori abbinamenti tra birra e food, seminari e momenti di approfondimento culturale. Fermentazioni propone un'ampia offerta di street food di qualità, per la maggior parte proveniente dal territorio romano: cartocci di pesce fritto, panini gourmet, interessanti monoporzioni di cacio e pepe o amatriciana. Non mancheranno proposte vegetariane. Anche i più piccoli la possibilità di trascorrere una giornata a Fermentazioni, con un' area dedicata a loro, gratuita con laboratori creativi e truccatrici. All'interno della bellissima area del Guido Reni District, come ogni anno non passa inosservato l'aspetto dell'allestimento che ricalcherà il modello post-industriale, sempre curato ed elegante, rendendo l'ambiente confortevole e piacevole.•

LAZIO

RICONOSCIUTO L'INTERESSE STORICO DEGLI OLIVETI DI VALLECORSA

Sono i primi a entrare nel Registro Nazionale dei Paesaggi Rurali

"Gli oliveti terrazzati di Vallecorsa costituiscono un paesaggio rurale di interesse storico tra i più significativi nel panorama dell'olivicoltura (decreto n. 12869 del 2 maggio 2017)". La firma del Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali Maurizio Martina ha ufficializzato l'entrata degli oliveti terrazzati della Città dell'Olio di Vallecorsa nel Registro Nazionale dei Paesaggi Rurali del Mipaaf. Sono 15 i paesaggi presentati nel dossier sottoposto all'Osservatorio Nazionale del Paesaggio Rurale, delle Pratiche Agricole e Conoscenze Tradizionali del Mipaaf. Nella motivazione del decreto si parla dell'ottima conservazione dell'area, dell'assenza sia di fenomeni di dispersione insediativa sia di infrastrutture a impatto paesaggistico, e di come la conservazione degli stessi necessiti della presenza dei coltivatori. A tale riconoscimento fanno seguito le raccomandazioni del Ministero: monitoraggio dei fenomeni di degrado, migliorie alla viabilità interpoderale, realizzazione di percorsi turistici, e la richiesta alla Regione Lazio di destinare risorse a sostegno di olivicoltori e cooperative del territorio per la conservazione dei terrazzamenti. "Questo traguardo - dice il Sindaco di Vallecorsa, **Michele Antoniani** - rappresenta un grande privilegio per il nostro piccolo e naturalmente ci riempie di orgoglio". (b.a.)•

CONFERME

LOTTA ALLA XYLELLA

La Commissione Ue autorizza il reimpianto degli ulivi nelle zone infette

"Noi di Cia Agricoltori Italiani abbiamo chiesto con forza e da tempo il reimpianto, anche durante l'ultima grande mobilitazione davanti al Consiglio Regionale della Puglia, quando consegnammo un documento unitario, con le altre organizzazioni di Agrinsieme" , - commenta Raffaele Carrabba, presidente regionale di Cia Agricoltori Italiani della Puglia. E' quanto è stato richiesto dalla Cia alla Commissione Ue per permettere il reimpianto nelle zone infette dalla Xylella di due varietà di olivo, il leccino e la favolosa, risultate tolleranti al batterio grazie alle ricerche scientifiche condotte in questi anni e negli ultimi mesi. Apertura anche sulla possibilità di non procedere all'abbattimento degli alberi monumentali di olivo, così importanti per conservare il valore assoluto del paesaggio pugliese. "Questa notizia non deve però farci pensare che la guerra alla Xylella sia vinta – ha ammonito Carrabba - Perciò ribadiamo con forza la necessità di rimuovere il divieto di impianto di nuovi uliveti nell'area infetta ed anche delle specie considerate suscettibili alla Xylella che potrebbero, se impiantate, rappresentare una alternativa alla produzione e al reddito degli agricoltori colpiti da questa emergenza. Gli agricoltori sono i primi penalizzati da questa vicenda. Le istituzioni non devono e non possono dimenticarsi degli agricoltori, di chi ha perduto un ingente patrimonio ed una fonte di reddito". (c.m.)•

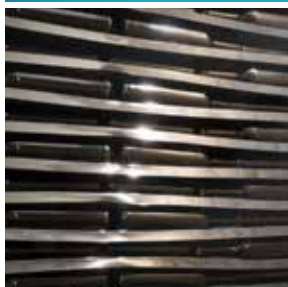
Distillati & Co

di Barbara Amoroso

INCONTRI ENOGASTRONOMICI MULTICULTURALI

SAKÈ & ITALIAN FOOD

Durante il The Taste of the Union 2017, i sapori di Giappone e Italia si sono mescolati. Protagonista: il sakè.

Merito di Sakè on the Table, il progetto di Makiko Tejima nato per far incontrare il fermentato del Sol Levante e la gastronomia italiana. Una sfida inaugurata dalla creazione di due cocktail a cura di Jacopo Tacchinardi, responsabile Bar per Italian Tapas (Firenze): «Per uno ho utilizzato un sakè tradizionale, dal sapore più acido, giocando su una base al mandarino, aggiunta di lemon grass e pompelmo rosa; il risultato è fresco, morbido, piccante. Per l'altro cocktail ho utilizzato un sakè non filtrato, più dolce e denso, a cui ho unito lime, menta fresca, sciroppo di menta, estratto di cetriolo, vodka e soda». Con Paolo Bini, relatore A.I.S., e Hisashi Nakashima, degustatore A.I.S., siamo entrati nel clou dello "sposalizio": «Nonostante la varietà dei vini italiani, il sakè suscita curiosità in una società sempre più meltin-pot» spiega Bini mentre Nakashima ne sceglie 3 tipi per la nostra degusatzione multiculturale. Iniziamo con il Kirinotoh, prodotto a Tsunancho, una città fredda nella provincia di Nigata, con riso autoctono raffinato superiore e neve sciolta. «La raffinazione priva il riso di grassi e proteine - spiega Nakashima - rendendo il sakè meno strutturato ma più persistente». «Il Kirinotoh - prosegue Bini - risulta così non aggressivo, elegante, con una nota fiorita lunga; lo degusterei con un crostino alla crema di lardo». Il secondo sakè preso in esame è il Juemon, fatto con l'acqua delle falde acquifere che scorrono sotto il monte Fuji. «Il sapore è deciso - dice Bini - ricco di umami che gli danno corpo. Risulta profondo ma meno raffinato; sarebbe adatto accanto a un battuto di cinta o all'uovo 67 dello chef Edoardo Tilli, con tartufo e cioccolato bianco; oppure con omelette senza formaggio e cruditè». Il terzo che degustiamo è il Kijoshu, un sakè puro senza aggiunta d'acqua. «Si beve entro un anno dalla produzione - spiega Nakashima - ma può raggiungere i 5 anni di invecchiamento. In Giappone viene servito sul gelato alla crema». «In Italia - continua Bini - potrebbe sposare degli antipasti a base di pesce e crostacei, oppure dei formaggi a pasta molle». Dato che abbiamo a disposizione un degustatore A.I.S. di origine giapponese, ne approfittiamo per rovesciare i ruoli: cibo giapponese e vino italiano. **Quale vino italiano è adatto ad accompagnare sushi e ramen?** «Col sushi proporrei un vino bianco fresco del nord, come un pinot bianco. Per il ramen, devo fare una premessa: ogni regione lo cucina in modo diverso. Ad esempio, quello di Fukuoka - nel sud del Giappone - è preparato con un brodo di maiale grasso e denso, a cui abbinerei un rosso poco tannico, come il Montepulciano d'Abruzzo». •

Una nuova selezione di lieviti per produrre vino di qualità

Gli esiti della ricerca di Bioenologia 2.0 presentati all'Enoforum

Il progetto Winitaly nasce due anni fa allo scopo di selezionare e sviluppare ceppi di lieviti non ***Saccharomyces*** con proprietà enologiche da impiegare nella produzione di vini di alto livello. Gli attori della ricerca sono intervenuti all'Enoforum per condividerne gli esiti. Sandra Torriani, del Dipartimento di Biotecnologie dell'Ateneo scaligero ha evidenziato l'importanza della biodiversità genotipica e fenotipica per riprodurre varianti domesticate idonee a ottenere vini con distinzione stilistica e territoriale. Angela Capece, dell'Università della Basilicata, si è soffermata sull'uso e sull'importanza dei lieviti starter, con riferimento alle performance di quelli freschi. **Angiolella Lombardi**, biologa presso Bioenologia 2.0, ha invece illustrato le tappe operative del progetto di selezione, dal vigneto al laboratorio: tutto ha inizio con il campionamento tra i filari, prestando attenzione che l'area sia lontana dalle cantine e dalle zone di passaggio: "La fase operativa che più interessa l'enologo - ha spiegato Lombardi - è quella della peculiarità tecnologica che porta all'individuazione del lievito con le caratteristiche migliori, che viene testato e infine valutato con l'azienda". **Maurizio Polo**, enologo e titolare di Pololab-Bioenologia, ha descritto alla platea dell'Enoforum i caratteri tecnologici ed enologici dei lieviti Atecnos: la non produzione di idrogeno solforato, la capacità di degradare o produrre acido malico e il profilo aromatico. "Abbiamo isolato –ha osservato Polo- lieviti non convenzionali come S. Paradoxus e S. Uvarum. Quest'ultimo, all'anagrafe dei brevetti 'Serius', aumenta notevolmente la produzione di glicerolo e non da origine a composti solforati".•

BIOENOLOGIA 2.0 SRL
Via G.Verdi, 32- 31046 ODERZO - TV
Tel. 0422 815518
www.pololab.com - info@pololab.com

VIGNA E CANTINA

di Tommaso Nutarelli

Viticoltura e informatica: *due mondi sempre piu' vicinii*

Gestione integrata di tutto il ciclo produttivo, accesso costante a tutte le informazioni, capacità di prevenire gli interventi futuri con un notevole risparmio economico e di tempo. Gli strumenti infor-matici sono divenuti parti integrante del lavoro del viticoltore, un vantaggio strategico per essere maggiormente competitivi

Una viticoltura 4.0

Software gestionali in grado di offrire un monitoraggio integrato di tutto il ciclo di lavoro svolto nel comparto vitivinicolo. L'informatica è ormai diventata un elemento non secondario, ma un fattore strategico sempre più fondamentale. I produttori richiedono sistemi in grado di garantire un controllo costante e in tempo reale sia del vigneto che della cantina. In un mercato globale e altamente competitivo produrre vino di qualità da solo non basta. Per questo è necessario che l'azienda vini-cola adotti misure che permettano un accesso rapido a tutte le informazioni, ottimizzando i tempi e riducendo i costi, riuscendo così ad offrire al consumatore un prodotto sicuro e di alta qualità. In questo modo è possibile dare risposte alle moderne aziende vinicole che si sono posto l'obiettivo di innovare e semplificare.

Per il vigneto…

Per quanto riguarda il vigneto, i software attuali danno la possibilità di creare dei database nei quali catalogare, in ordine cronologico, tutti gli interventi realizzati e le operazioni colturali svolte. Questo vuol dire avere una panoramica completa

e una storia anagrafica della vigna, che consentono di tracciare tutti i trattamenti e le lavorazioni realizzate nelle diverse annate, sin dalla nascita del sin-golo appezzamento. In questo modo è possibile fare anche un'analisi utile per valutare le scelte commerciali future, alternative a quelle attuali, per quanto riguarda l'impiego di coadiuvanti o mate-riali di consumo, che permettano un incremento qualitativo dell'uva ottenuta, a fronte di un'ottimizzazione delle spese. Le informazioni ottenute risultano preziose anche per la gestione dei fitosanitari. Si possono infatti programmare gli interventi futuri, capire lo stato di salute della vigna, e avere indicazioni precise sull'effettiva necessità dell'impiego dei pesticidi, contribuendo così a li-mitare il loro utilizzo. Inoltre esistono diversi sistemi di mappe integrate con il software gestionale in grado di fare vedere al responsabile agronomo o enologo quanto sta accadendo in vigna, da una qualsiasi postazione remota collegata al sistema via internet.

....e la cantina

Creare una smart factory per il vino è possibile attraverso sistemi di software che riescano a far comunicare i processi svolti in vigna con le attività delle cantina. Un primo passo importante verso un'introduzione a 360° dell'informatica si è avuta con la dematerializzazione dei registri, e il conse-guente sviluppo di programmi capaci di trasferire sul digitale tutte i passaggi che prima venivano svolti sul cartaceo. L'implementazione di nuove tecnologie e sistemi informatici non solo svolgono un valido ausilio per le adempienze burocratiche, ma anche per le operazioni legate più propriamente alla produzione del vino. Molti software innovativi sono in grado di pianificare attività di campionamento delle vasche con un monitoraggio costante di ognuna di esse. Questo consente di avere dati continuamente aggiornati, grazie anche a mappe planimetriche che danno la possibilità di avere un controllo visivo dello stato della vasca, Sicurezza e qualità conferiscono ad un vantag-gio assoluto sui propri competitors, e la gestione di questi due elementi non è un tassello seconda-rio. Lo sviluppo di software innovativi, che, in automatico, programmano e raccolgono i piani e i ri-sultati dei campionamenti previsti dai piani di controllo, in tutte le fasi della lavorazione, offrono la garanzia di una tracciabilità totale del prodotto. Come per il vigneto, è possibile gestire la quasi to-talità di queste operazioni in remoto, attraverso pc, tablet e smartphone.•

I nuovi decanter centrifughi del Gruppo Pieralisi

Un nuovo riconoscimento per Gennaro Pieralisi, leader dell'omonimo gruppo, all'Expoliva 2017, per la costante innovazione tecnologica volta alla creazione di impianti e macchine per la separazione di un solido dal liquido, sia per il comparto oleario che enoico. Per quest'ultimo, il fiore all'occhiello sono gli innovativi decanter centrifughi. Pensati per la separazione e la pulizia del mo-sto estratto da uva diraspata con il metodo continuo, offrono prestazioni di primissimo livello. L'uva viene lavorata, nella sua parte solida, senza nessuna azione meccanica. In questo modo il livello di estrazione del mosto è eccellente, sia in termine di qualità che di quantità. Inoltre il decanter è estremamente versatile perché consente la lavorazione di ogni tipo di uva, così come dei mosti nella separazione delle fecce e i depositi di chiarificazione. I vantaggi di questa macchina derivano dalla sua compattezza, dalla semplicità nelle operazioni di manutenzione e soprattutto nel rispar-mio energetico e nell'assenza di qualsiasi impatto ambientale.

Mini-titolatori per determinare il livello di anidride solforosa

Le analisi del vino sono una delle fasi più importanti dell'intero ciclo produttivo. Sono indispensabili poiché offrono al produttore l'identikit del prodotto, evidenziandone pregi e difetti. Operazioni im-portanti per valutare la bontà del prodotto, ma che molto spesso esigono costi e competenze che non tutti sono in grado di mettere in campo e affrontare. Si ricorre molto spesso ad analisi manuali, poco attendibili. Un classico esempio è la determinazione del vino di diossido di zolfo (SO_2),il gas conosciuto anche come anidride solforosa. Molte aziende hanno sviluppato mini-titolatori per de-terminare, in modo automatico, la presenza dell'anidride solforosa. Sono strumenti pensati per es-sere alla portata di tutti, capaci di garantire un'elevata precisione nei risultati, grazie alla vasta gamma di reagenti ed accessori messi a disposizione. In questo modo è possibile evitare l'errore umane, avere misurazioni costanti e accurate, senza la necessità di avere numerose strumenta-zione, con un notevole risparmio in termini economici.

Il nuovo progetto di Wine Research Team per valutare l'evoluzione del vino

Sempre in materia di analisi del vino, una delle ultimissime novità è stata sviluppata dal comitato scientifico di Wine Research Team, nel monitoraggio dei parametri responsabili dell'ossidazione, sia in modo indiretto che indiretto. L'obiettivo è quello di riuscire ad esaltare il potenziale evolutivo dei vini in bottiglia mantenendone la massima "integrità aromatica" possibile. Per far questo si use-ranno, per la prima volta in enologia, camere climatiche, che simuleranno, attraverso un processo accelerato, l'evoluzione del vino in bottiglia, variando temperatura, luce e vibrazioni. Questo proto-collo permetterà di capire, attraverso analisi chimiche fini e degustazioni settimanali, cosa succede all'interno della bottiglia e qual è l'apice della curva della qualità organolettica. Si potrà sapere esattamente cosa succede a livello ossidoriduttivo, intervenendo in vigneto e in cantina, per otti-mizzare il potenziale evolutivo del vino.

Potenza e delicatezza: le pompe a lobi rotativi

Le pompe sono uno dei macchinari più usati in cantina. Responsabill del trasferimento delle uve, del mosto e del vino, giocano un ruolo cruciale. Una scelta accurata è fondamentale per evitare maltrattamenti che potrebbero alterare il prodotto finale. In questa strada si muovono le pompe a lobi rotativi capaci di trattare con delicatezza il mosto e il vino, senza causargli eccessivi squilibri, coniugando al tempo stesso la potenza nell'aspirazione. Il punto di forza di queste pompe consiste nelle buone prestazione per quanto riguarda l'aspirazione della polpa e di altri sedimenti più pen-sati, riuscendo a lavorare bene anche a secco, e limitano al massimo l'ossigenazione del vino

HAI UN CONSULENTE PER IL TUO LAVORO IN VIGNA - AGRONOMO

HAI UN CONSULENTE PER IL TUO LAVORO IN CANTINA - ENOLOGO

1. La sezione NEWS del tuo sito internet **è povera di aggiornamenti**?
2. **Non hai tempo** di seguire la tua pagina Facebook?
3. Torni dalle manifestazioni carico di bigliettini da visita ma **non riesci** a realizzare un database per **inviare newsletter periodiche**?

*Se hai risposto **almeno una volta SI***
POSSIAMO ESSERTI UTILI

CLUSTER EDITORI Srl
Strada Massetana Romana 58/b
53100 Siena (Italia)
Telefono: 057745561
info@clustereditori.it

www.winenetwork.it

Dal 1863 mastri bottai

Il vino è l'emblema illustre della cultura italiana: la sua storia si intreccia inevitabilmente con la storia del legno e della botte che anche nell'enologia moderna rivestono un ruolo insostituibile per la maturazione dei grandi vini. Nel territorio di Marsala la cultura e il culto del vino da millenni caratterizzano profondamente la storia e i costumi del luogo e attorno alla tradizione vitivinicola si sono sviluppati mestieri che hanno dato prestigio al all'artigianato siciliano. Con l'inizio del successo commerciale dei vini di Marsala nel mondo – intorno alla metà dell'800 – cominciano a sorgere intorno alla città le prime botteghe artigiane per la costruzione di fusti in legno, destinati al trasporto e affinamento del vino. La storia di Marsalbotti affonda le sue radici in questi laboratori dell'operosa Marsala nella seconda metà dell'800: è mastro Francesco che dette inizio all'attività, da prima alle dipendenze delle famose cantine Ingham – Woodhouse, poi proseguendo individualmente. Nel 2005 nasce Marsalbotti, che coniuga la maestria della famiglia Li Causi con l'esperienza tecnica dello staff di Tebaldi Srl di Soave, proponendo così la botte e il suo impiego in una veste rinnovata e al passo con le richieste moderne: il ruolo positivo assunto dall'ossigeno, l'evoluzione dei tannini e degli antociani, l'ulteriore conoscenza della composizione del legno e relative sostanze estraibili, o blend preziosi di legno come ciliegio, castagno e acacia. Oggi l'azienda è timonata da Girolamo Li Causi che ha scelto di perpetuare la tradizione di famiglia mettendo in ogni botte la passione e l'esperienza che da due secoli rendono celebre il lavoro di questi artisti-artigiani, con la figura del mastro bottaio che oggi come ieri mantiene un ruolo centrale. I prodotti Marsalbotti sono garantiti da un sistema di gestione della qualità e dell'ambiente, in accordo con gli standard internazionali ISO. Le botti vengono prodotte ascoltando le specifiche esigenze del cliente, come fossero un abito sartoriale, in un perfetto mix fra tradizione e industria.

L'azienda siciliana vanta due secoli di storia: oggi realizza botti – per lo più di grandi dimensioni – cucite addosso alle richieste del cliente

LI CAUSI
Via Favara, Zona Industriale
91025 Marsala (Tp)
Tel. +39 0923 721320 - Fax +39 0923 722098
Info@licausi.it - www.licausi.it - www.marsalbotti.com

Wine Block Zanotti
in tre parole chiave

ZANOTTI
a member of DAIKIN group

L'azienda storica mantovana è un'eccellenza riconosciuta in tutto il mondo

Quando un'azienda del calibro di Zanotti si affaccia nel mondo del vino, il risultato può essere illustrato in tre parole chiave: garanzia, successo ed eleganza.
Partiamo dalla prima parola, "garanzia". Questa è la prima qualità del Wine Block, il sistema refrigerante specifico elaborato per la conservazione del vino in bottiglia a temperatura e umidità controllate. Le due varianti monoblocco o split con evaporatori a parete, sono dotate di compressori ermetici così da essere silenziose e prive di vibrazioni. La qualità del vino risulterà essere garantita, come la sua conservazione.
Qualità e perfezione sono le chiavi del successo, Zanotti è in grado di offrirle ai suoi clienti grazie alla sua pluriennale esperienza nel campo della refrigerazione. Eccoci alla seconda parola, il successo di Zanotti a livello internazionale – l'azienda è stata recentemente scelta dal gruppo Daikin come specialista nella refrigerazione alimentare – è al servizio del successo del vostro vino, della vostra cantina. Della vostra passione.
Il design del Wine Block calza alla perfezione con gli interni delle cantine moderne. Essenzialità e discrezione sono le regole principali quando si parla di eleganza, come un abito perfetto, il Wine Block è bello oltre ad essere efficace. (a.b.)•

Wine Block Zanotti in three key words

The historical winery of Mantova is an excellence acknowledged all around the world

When a winery of a level like Zanotti enters the world of wine, the result can be summarized in three words: guarantee, success and elegance.
Let's start from the first word: guarantee. This is the first quality of Wine Block, the refrigerating system created to store wine bottles at controlled temperature and humidity. The two monobloc versions or split with wall evaporators, are equipped with hermetical compressors that make them silent and vibrations. The quality of wine is guaranteed, together with its preservation.
Quality and perfection are the key of its success. Zanotti can offer them to its customers thanks to its long-time experience in the field of refrigeration. And here comes the second word: the international-level success of Zanotti– the winery has been recently selected by the Daikin group as specialist in the food refrigeration –is at the service of your wine, of your cellar and of your passion.
The design of Wine Block fits perfectly with with the modern cellars. Essential and discrete lines make these products as elegant as a perfect dress. Wine Block is as beautiful as efficent. •

ZANOTTI SPA
Via M. L. King 30
46020 Pegognaga (MN)
Tel: +39 0376 5551;
Fax: +39 0376 536554
Email: info@zanotti.com
www.zanotti.com

IMBALLI

I NUOVI CESTELLI PORTABOTTIGLIE DI SCOTTON SPA

Scotton s.p.a. progetta e produce scatole regalo standard, personalizzate in cartone teso e accoppiato, trasparenti, per confetti, confezioni natalizie, bottiglie e pasticceria. Tra le varie confezioni regalo si distinguono in particolare i nuovi cestelli portabottiglie, prodotti con cartone accoppiato della migliore qualità e pratici da smontare. Essi sono pensati per contenere dalle 2 alle 6 bottiglie e sono realizzati in 3 formati diversi per altrettante tipologie di bottiglie. Nove modelli per esaudire ogni richiesta del cliente, vengono creati nelle versioni Avana e Kraft Nero, arricchendo così la vasta gamma presente di scatole e shoppers per bottiglie.
Una particolare attenzione al dettaglio unita ad una produzione interamente made in Italy rendono le confezioni prodotti originali, utili e indispensabili articoli accessori.

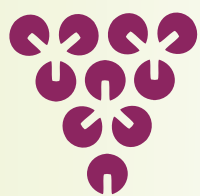
SCOTTON SPA
Via Vallina Orticella, 1
31030 Borso del Grappa- Tv
Tel. 0423 913300
fax 0423 913399
www.scotton.it
info@scotton.it

SPOLLONAMENTO

DA COLOMBARDO, LA SPOLLONATRICE ANTERIORE CON BRACCIO SNODATO ANTIURTO

Ecco le caratteristiche tecniche del gruppo spollonante idraulico per la vigna

Il gruppo spollonante idraulico per vigneto è ideale per l'asportazione delicata dei polloni dal ceppo della vite e dell'erba infestante sottofila.
Questo gruppo è stato progettato per essere applicato sull'apposito telaio, sia sulla parte anteriore del trattore che su posizione ventrale in versione singola (o doppia) con apposita flangiatura, oppure sul sollevatore posteriore universale di qualsiasi trattore con telaio retro portato.
Nella 36^ Fiera della Meccanizzazione Agricola di Savigliano, il gruppo è stato appena presentato in applicazione anteriore al braccio snodato idraulico.
Un tipo di applicazione impiegabile su terreni con irregolarità, ad esempio in vigneti con forti pendenze trasversali.
Lavora seguendo il profilo del terreno e previene qualsiasi problema arrecabile al ceppo della vite.
Grazie ai diversi movimenti idraulici e agli snodi antiurto presenti sul braccio, è stata migliorata anche l'operabilità dell'utilizzatore che, senza dover assumere posture scomode e faticose, riesce a lavorare con notevole beneficio sia fisico sia della visibilità.
Infine, da segnalare la progettazione di un particolare rullo che consente di sostituire i flagelli in gomma usurati con quelli nuovi in pochi secondi e senza l'ausilio di alcun utensile.

COLOMBARDO MAURO
Regione Leiso, 30-31 - 14050 San Marzano Oliveto (AT)
Tel. 0141 856108 - Fax. 0141 856103
www.colombardomauro.com - www.colombardo.com
info@colombardo.com

enovitis
IN CAMPO

Le aziende che operano nel mondo del vino sentono un crescente bisogno di comunicare con i loro potenziali clienti **ma non tutte hanno il tempo e le competenze per farlo.**
Spesso non si avvalgono di una figura dedicata esclusivamente alla comunicazione.

**Per questo, di fatto,
non raggiungono il proprio target.**

Con i nostri servizi editoriali possiamo costruire il tuo network di comunicazione